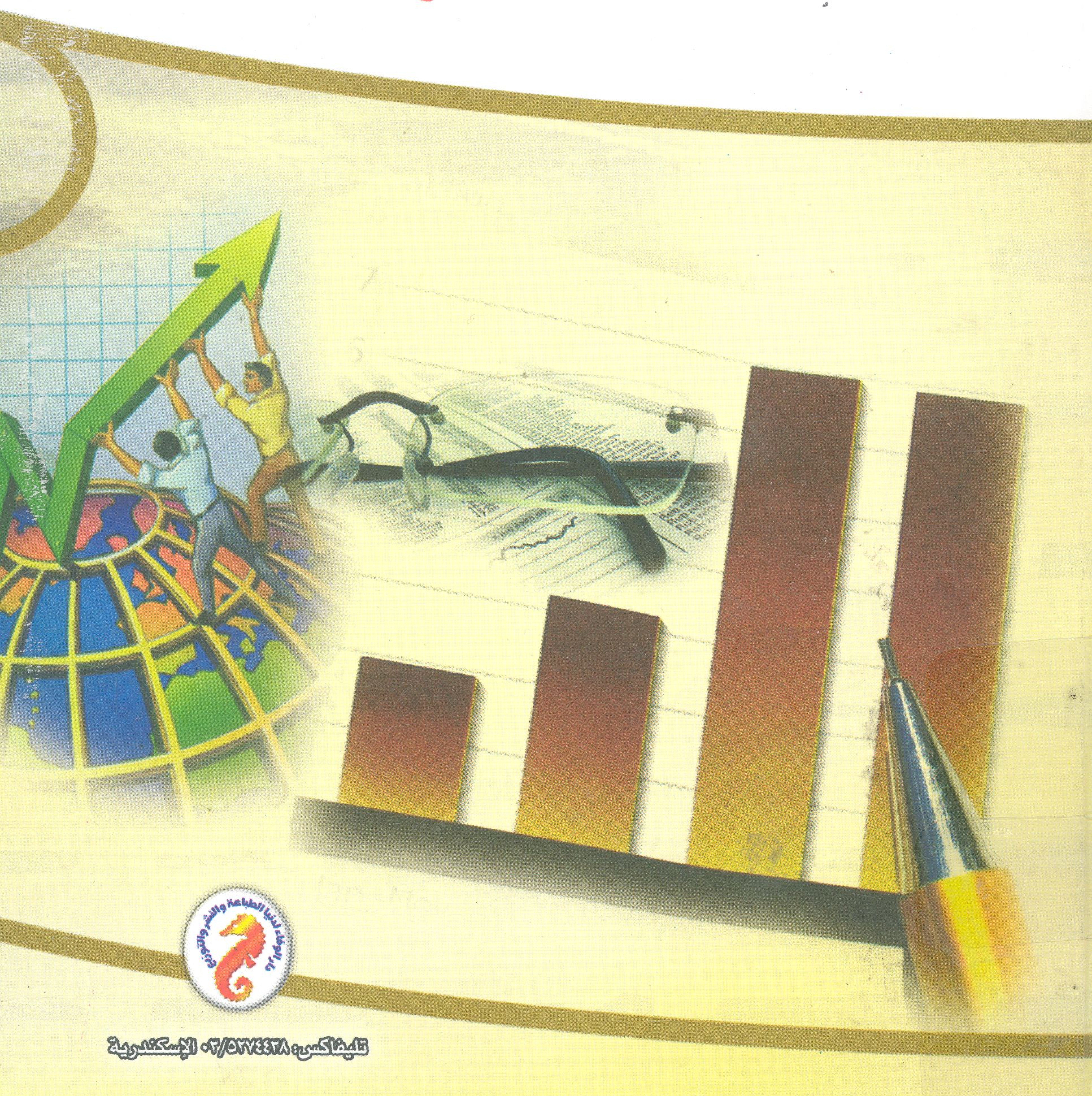
علم الاقتصاد السياحى

دكتور

أحمد عبد السميع علام



علم الاقتصاد السياحى

دكتور
أحمد عبد السميع علام
أكاديمية الإسكندرية للعلوم
دكتوراه فى الاقتصاد السياسى
خبير اقتصادى
عضو الجمعية المصرية للأقتصاد السياسى
والتشريع والإحصاء

الطبعة الأولى
٢٠٠٧- ٢٠٠٨ م

الناشر
دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر
تليفاكس - ٥٢٧٤٤٣٨ - الإسكندرية

بسم الله الرحمن الرحيم

يرفع الله الذين آمنوا منكم
والذين أوتوا العلم درجات

((سورة المجادلة - الآية ١١))



إهداء

إلى روح شهدائنا فى القدس الحبيبة

إلى كيان . وقلب . وعزيمة من يعانون ويلات الظلم والقهر

دفاعاً عن الحرية فى بلاد الرافدين

إلى كل من يصلى . من أجل رضاء الله علينا

وأن ينعم علينا بمظلة الحب والانتماء ، فى بلاد الفراعنة

إلى كل شاب . وكل فتاه يترعرعا فى رحاب طمأنينة القلب

وحب الحياة بإيمان راسخ . وقيم راسخة تعيد إلينا ألفة النجاح

وتمنحنا بسمة عريضة . فرحة بفلذات أكبادنا

أهدى هذا الكتاب

د . أحمد علام

مقدمة

تتعدد مصادر التنمية الاقتصادية من حيث القطاعات . ومن حيث العناصر التي تعتمد عليها معظم الدول بصفة عامة . والدول النامية بصفة خاصة في تحقيق عملية التنمية الاقتصادية . فمن حيث العناصر التي يجب أن تتدخل لإحداث حركة التنمية ، نجد في المقام الأول الادخار وضرورة توجيه الأوعية الادخارية لتحقيق هذا الهدف ، ثم يأتي بعد ذلك القروض في حالة عدم كفاية الادخار المحلي ، ثم استيراد رأس المال المباشر ، ثم تنمية الصادرات ، وغيرها من تلك العناصر التي يجب توافرها لإحداث حركة التنمية الاقتصادية ، إلا أن هناك مصدراً آخر يجب التنويه عليه في حركة التنمية ، وهو إلى أى مدى تتحقق تلك العناصر من قطاعات الدول المختلفة ، فمن المعلوم أن الهياكل الإنتاجية في القطاع الصناعي بالدول النامية غير مكتملة ، وغير قادرة على تلبية متطلبات التنمية الحديثة ، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى نجد أن القطاع الزراعي قاصراً على تمويل حركة التصدير بمنتجات أولية ، حيث يقتصر على تصدير المواد الخام ، وهذه الأخيرة أصبحت غير ملائمة لسد فجوة النقد الأجنبي المطلوب لاستيراد ما تتطلبه حركة التنمية من سلع رأسمالية ، لذا فإن الدول النامية والتي تمتاز بصفات ومزايا معينة ، ليس أمامها إلا قطاع السياحة ، فصناعة السياحة

أصبحت من المصادر الأساسية التي تتدخل من أجل المشاركة في حركة التنمية الاقتصادية وخصوصاً في الدول النامية . والتي تتميز هياكلها الإنتاجية بالضعف والوهن . لذا فإننا ومن خلال هذا المنهج نبين ونحدد هدف علم اقتصاديات السياحة . والذي يتمثل في تحقيق بدائل هامة للقطاعات الأخرى التي لا تستطيع سد الفجوات الاقتصادية بالتدخل والإحلال لتحقيق هذا الهدف الأسمى

دكتور

أحمد علام

الباب الأول

الإطار العام لمفهوم السياحة وأنواعها ، ومعوقات السياحة وكيفية تنظيم السياحة مع الإشارة إلى مصر

هذا الباب ـ يعتبر مدخل لعلم السياحة حيث أنه يشتمل على contain كثير من المفاهيم consepts التى تتصل بالدراسات السياحية . وفي نفس الوقت إدماجها فى إطار اقتصادي ـ حيث أن المادة العلمية هى اقتصاديات السياحة ـ فى إطار دراسة سياحية وتتضمن منهجية هذا الباب والفصول الآتية :

ـ في الفصل الأول :

نقوم بشرح مفهوم السياحة ، من وجهة نظر علماء الإقتصاد ، وأنواعها المختلفة ، وكيفية تدعيمها .

ـ وفي الفصل الثاني :

ننظر فى معوقات الإستثمار وتنقسم إلى عقبات للاستثمار السياحي الداخلي ، وعقبات أخرى تخص الإستثمار الخارجي .

ـ في الفصل الثالث :

نشرح عملية وكيفية التنظيم السياحى فى إطار علمى أكاديمي ، مع دمجه فى إطار اقتصادي .

ـ في الفصل الرابع :

ننظر فى بعض الأماكن السياحية الهامة التى توجد فى مصر والدول العربية ، وعلى ذلك يكون هذا الباب يتكون من :

١. **الفصل الأول** مفهوم السياحة . وأنواعها

٢ **الفصل الثاني** : معوقات الإستثمار السياحى

٣. **الفصل الثالث** : كيفية التنظيم السياحى .

٤. **الفصل الرابع** : الأماكن السياحية والآثار السياحية فى مصر والدول العربية .

الفصل الأول
مفهوم السياحة فى إطار علمى

تنويه :

على الرغم من أنه قد تعددت أكثر الأقلام لتحديد مفهوم للسياحة شامل جامع ، وعلى الرغم من أن السياحة ترتبط بأكثر من معيار ، سواء كان هذا المعيار شخصى أو نفسى (طلب) أو معيار خدمى أو صناعى (عرض) ، إلا أنه قد يتطلب الأمر أيضاً النظر للسياحة من عدة جوانب أخرى ، سواء كان من الناحية القانونية والإجراءات التى تلازم السائح ، والانتقال الخارجى ، أو كان ذلك من الناحية الإقتصادية ـ وما تتضمنه السياحة من أنشطة يترتب عليها تدفقات مالية .

وعلى الرغم مما سبق ذكره ، إلا أنه تبقى فكرة أساسية لا بد من وضعها في الاعتبار منذ البداية ، فالسياحة مصدراً أساسياً من مصادر الدخل القومي لأى دولة حتى الآخذة في النمو فيها .

المبحث الأول
السياحة

هناك عدة مفاهيم مختلفة اختارها علماء الاقتصاد والسياحة لتكون نواة أساسية لمعنى السياحة وعلى الرغم من أن هناك بعض التحفظات على تلك المفاهيم إلا أنه يجب سردها ، وشرح ما بها من معاني ، وتحديد ما بها من تحفظات ، ثم الوصول إلى معنى شامل جامع لهذه الظاهرة .

فيرى البعض ، أن السياحة ظاهرة اجتماعية تشتمل على انتقال أشخاص من نطاق إقامتهم المعتادة إلى نطاق أماكن أخرى داخل أو خارج دولهم [١]

ولا شك أن هذا التعريف ، يشتمل على السياحة الداخلية عندما عرف السياحة بأنها الانتقال إلى نطاق داخل الدولة ، كما تشتمل على السياحة الخارجية عندما عرفها بأنها تشتمل على الانتقال إلى نطاق خارج الدولة .

---

(١) د . صلاح عبد الوهاب . رفع مستوى كفاءة صناعة السياحة وتحقيق رضاء السائحين مجلة البحوث السياحية . العدد ٨ ديسمبر ١٩٩١ .

وعلى الرغم من أن هذا التعريف يعتبر تعريفاً جامعاً . إلا أنه غير شامل . حيث أنه جمع بين نوعي السياحة الداخلية والسياحة الخارجية .

إلا أنه غير شامل . لأنه لم يشتمل على توضيح الهدف من الانتقال ؛ فهل هو بهدف الترويح عن النفس . أم بهدف الكسب . فلو توصلا لتلك النقاط في مفهوم واحد . فإننا نكون قد حددنا المفهوم بكل دقة . كما أنه يجب أن يشتمل على أثر هذا الانتقال على النطاق الداخلى ، أو النطاق الخارجى فى المجالات المتصلة بالنشاط السياحى .

ويعرف البعض الآخر [١] ـ السياحة بأنها مجموعة العلاقات والخدمات التى تنشأ عن إقامة شخص أجنبي أو سفرة بصفة مؤقتة فى مكان ما

وعلى الرغم من هذا أن التعريف ، يشتمل على مجموعة العلاقات التى تنشأ منذ خروج هذا الشخص الأجنبى من بلدة . حتى وصوله إلى المكان الآخر المقصود . ويقصد بالعلاقات . العلاقات القانونية التى تنشأ من احتكاك هذا الشخص بجميع الإجراءات

---

(١) د محمود كامل ـ السياحة الحديثة ـ علماً وتطبيقاً الهيئة المصرية العامه للكتاب ـ القاهرة ١٩٧٥ .

القانونية سواء تلك التي ترتبط بلحظة وصوله . أو تلك التي يجب ان يتعايش معها خلال فترة وجوده . كما أنه يشتمل على العنصر الخدمي (عرض السياحة) ، والمتضمن كيفية الحصول على تلك الخدمات السياحية من مبيت (فنادق) أو ترويح عن النفس (الآثار) وأماكن الاستجمام ، كما أنه يشتمل على عنصر السياحة الخارجية أو الدولية عندما ذكر مصطلح (أجنبى) وبذلك يكون قد حدد نظام السياحة الخارجية .

وعلاوة على افتقاد هذا التعريف لتعريف السياحة الداخلية نجد أنه لم يحدد معيار السياحة أصلاً . وهو الجانب النفسى (طلب) أى أنه لم يشتمل على معيار الاستجمام النفسى ، ولا تغنى عن ذلك ذكره العامل الزمنى ، فقد يتجه بعض رجال الأعمال إلى انجاز صفقة مربحة وتستغرق أكثر من يومين أو ثلاثة ، على الرغم من أن صفة التأقيت قد تمتد لأقل من السنة .

كما يتجه رأى آخر [(١)] فى تعريف السياحة بأنها مظهر التغيير فى حياة السائح لأنه يترك مؤقتاً محل إقامته المعتادة ليس بهدف العمل أو الهجرة ، إنما هروباً من البيئة العملية أو الطبيعية

---

(١) د . صلاح عبد الوهاب ـ التنميه السياحية ـ القاهرة ١٩٩١ .

أو الاجتماعية التى يعيش فيها على سبيل الاعتياد من أجل تجديد الصحة النفسية والمقبولة ، وإعادة بناء التوازن العقلى والنفسى . وهذا التعريف من الناحية الفنية يشتمل على كل العناصر التى ترتبط بمفهوم السياحة ، سواء كان من حيث ربط بين مفهوم السياحة بالعناصر المرتبطة بهذا المفهوم . وهى العناصر النفسية والمزاجية ، والعناصر المكانية والزمنية كما أنه اشتمل على العامل الديناميكى أو الحركى فى مفهوم التغير فى الحياة .

إلا أنه ورغم احترامنا لوجهة نظرة العلمية ، إلا أنه لم يشتمل على معنى للسياحة الداخلية ، على الرغم من تعرضه للسياحة الداخلية فى تعريف سابق من قبل [1] .

وهناك رأى آخر فى تعريف السائح - بأنه الشخص الذى يسافر لمدة ٢٤ ساعة فأكثر إلى بلد غير التى يقيم فيها عادة [2]

وهذا الرأي على الرغم من أنه يعرف السائح على أنه الشخص الذى يترك إقامته المعتادة ، ويذهب إلى دولة أخرى لمدة لا تقل عن ٢٤ ساعة - إلا أن هذا الرأى لم يحدد لنا ما هو المقصود من

---

(١) انظر - فى تعريف د. / صلاح عبد الوهاب - فى مجلة البحوث السياحية العدد ٨ ديسمبر ١٩٩١ .

(٢) عصبة الأمم league fnation فى توصية لها عام ١٩٣٧ .

هذا الانتقال ـ هل هو بقصد الترويح عن النفس ـ أم بقصد الاكتساب ، كما أن هذا الرأى لم يتضمن تعريف السياحة الداخلية .

كما يذهب البعض الآخر فى تعريف السياحة ، على أنها حركة يقوم بها البشر بصفة مؤقتة ـ إلى أماكن إقامة مؤقتة خارج نطاق أماكن حياتهم المعتادة ، وذلك فى جميع الأغراض ، كذا زيارات اليوم الواحد التى ترتبط بالعودة [١]

وعلى الرغم من أن هذا التعريف يتجه نحو تعريف السياحة بأنها حركة **motive** مؤقتة أو قصيرة الأجل ، إلا أنه افتقد تعريف السياحة الداخلية ، كما أنه لم يحدد الهدف من السياحة ، نزيد على ذلك أنه نوه إل أن السياحة مخصصة لكل الأغراض ـ وهذا مفهوم قاصر حيث أن السياحة قاصرة على أهداف معينة نفسية من الدرجة الأولى ، ثم بعد ذلك يمكن أن تكون محددة على سبيل الحصر ، لا أن تكون مدرجة بصفة العمومية .

ويرى جانب آخر ـ أن السياحة تعرف بأنها النشاط الذى يقوم به الأشخاص الذين يميلون إلى السفر ـ وربما الإقامة فى غير بيئتهم المعتادة لفترة قصيرة أو طويلة دون الإقامة الدائمة ، بهدف

---

(1) j.c.holloway , the busimes of tourism , znd editiom , p . z , mocdonald and evams , london , 1985 .

أساسي هو التمتع بوقت فراغهم على وجه لا يمكن تحقيقه في بيئتهم المعتادة . مع استعدادهم لتحمل مخاطر محدودة لنشاطهم في إطار امكاناتهم المادية والمعنوية [١]

وهذا التعريف ـ على الرغم من أنه يشتمل إلى حد ما ـ على معظم عناصر السياحة ،إلا أنه لم يدخل مفهوم السياحة الداخلية ضمن التعريف ، كما أنه لم يحدد لنا ما هو المقصود بالبيئة فهل يقصد اختلاف البيئة الداخلية . أم يقصد اختلاف الأوطان ، فوجود بعد في المسافات بين الوجه القبلي . والوجه البحرى مثلاً داخل دولة مصر ، قد تحدد بيئة خاصة بأهلها وتؤثر فيهم ويتأثرون بها ، وتختلف عادات وتقاليد أبناء الوجه القبلي عن عادات وتقاليد الوجه البحرى ، ويكون مصدر هذا الاختلاف هو البيئة المحيطة ـ التي أثرت فيهم . وجعلتهم يتصرفون على أساسها ، فالمرأة الصعيدية مثلاً ـ ورغم ارتفاع مستوى التعليم هناك . ووصول المرأة إلى عضوية مجلس الشعب والشورى إلا أنها لا تستطيع أن تنفصل عن عادات وتقاليد ثابتة . ولا يمكن الخروج عنها . أما إذا كان التعريف

---

(١) د / جليلة حسن حسنيين ـ اقتصاديات السياحة ـ الدار الجامعية الإسكندريه ـ ٢٠٠٠

يقصد به البيئة الطبيعية ، فكان يلزم أن ننوه لذلك وأن يرتبط ذلك بعنصر الاستمتاع النفسي .

لكن يمكن القول ـ بأن هذا التعريف ـ يصلح لتعريف السياحة الدولية .

ـ ويرى جانب آخر ـ أن السياحة ظاهرة متعددة الجوانب ، تنطوى على حركة وإقامة في أماكن خارج المكان المعتاد للإقامة [1]

ويرى هذا الجانب أن السياحة تنطوى على ثلاثة عناصر من خلال مفهومه عن معنى السياحة :

١. عنصر ديناميكي ـ يعنى التنقل إلى الأماكن المقصودة .

٢. عنصر استاتيكى ـ ويعنى الاستقرار فى المكان المختار .

٣. عنصر تبعى ـ وهو مدى ارتباط عنصر السياحة بالنواحي الإقتصادية والطبيعية والاجتماعية .

وعلى هذا فإن السياحة تتضمن مجموعة متغيرات اقتصادية خاصة بتأثير السياحة على النشاط الاجتماعى حيث أنها أحد العناصر الأساسية لتكوين الدخل القومى ، وجانب طبيعي يتمثل فى الحركة التى تستلزم التنقل من أماكن إلى أخرى من أجل الترويح عن

---

(1) A . matheison and G , wall , Toursim Economic , physical and social impacts longman / london 1981 .

النفس . ثم الجانب الاجتماعى وهو يمثل الجانب السلوكي فى اختلاط السائح بالأنظمة الاجتماعية فى البلد المضيف .

ويمكن أن نقترح تعريف للسياحة ، هى نشاط إنساني وسيكولوجي للسائح ، يتضمن عنصر التفضيل وما يجول بالنفس ، **بين التنقل ، والإسفار لفترة زمنية تتطلب الترويح عن النفس داخل الإقليم أو خارجه مع ضرورة حمايته خلال تلك الفترة القصيرة شريطة أن يكون قادراً على تحمل تبعات إقامته .**

ولا شك أن هذا التعريف شامل ، جامع ـ فهو يتضمن النقاط الآتية :

١. يتضمن على عنصر السياحة الداخلية . ويفهم من عنصري التنقل (أي داخل الدولة الواحدة) كما يفهم أيضاً معيار السياحة الداخلية من مصطلح التفضيل ، وأيضاً من عبارة داخل الإقليم أو خارجه .

٢. السياحة الخارجية أو الدولية . وهو ثابت من جميع عناصر التعريف .

٣. أن السياحة هى عنصر سيكولوجي ـ يقصد الترويح عن النفس وليس بقصد الاكتساب والعمل .

٤ عنصر المدة القصيرة التي لا تريد عن سنة وتفهم من عبارات فترة زمنية تتطلب الترويح عن النفس . ولا شك أن فترة الترويح عن النفس ، دائماً تكون استجمام . وتختلف من شخص إلى آخر ، ولكن في النهاية لا تكون بالفترة الطويلة .

٥ عنصر الحماية للسائح خلال فترة تواجده ـ والحماية ليست الحماية الأمنية فقط ، ولكن يرتبط عنصر الحماية بالحماية الأمنية . والحماية الصحية . أى بمعنى أن السائح لابد أن يتوافر له جميع الضمانات التى تجعله آمناً فى مكانه وكأنه فى بيئته الأصلية ، وموطنه الأصلي .

٦ الجانب الاجتماعى **socialy side** . وهو اختيار المكان الذى يرغب السائح فى الذهاب إليه . وفقاً لعنصر الأفضلية التى توصلت إليها مشاعره وهذه الأفضلية توصل إليها بعد صراع مع النفس ، جعلته يرى فى هذه المنطقة ، أو هذه البلد . وما بها من الخدمات والظواهر الطبيعية ما تروق لها نفسه . علاوة على ضرورة أن تكون قادراً مادياً على الإنفاق . والتأقلم مع عادات وتقاليد أشخاص الدولة المضيفة واحترام عقائدهم

المبحث الثاني
أنـــواع السياحـــــة (١)

علـى الـرغم مـن أن مصـطلح السـياحة ، ينحـدر مـن مفهـوم التجول والترحال . إلا أن هـذا التجـول ، قـد يكـون غـير نـاتج عـن الراحة السيكولوجية بالمفهوم العادى للعبارة فقط ، فـالمفهوم العـادى للعبـارة - ينحـدر مـن الترويـح عـن الـنفس ، بـل تنحـدر الراحـة السيكولوجية من عدة اعتبارات أخـرى تتـداخل مـع عنصـر التفضـيل للحصول على استقرار النفس البشرية مع أمور الحياة المختلفة .

ومن هذا المنطلق فإننا يمكن أن نقسم السياحة إلى أكثر من نـوع ، منها ما يتصل بتوزيع الحدود السياسية ، ومنها ما يتصل بمفهـوم الرغبة .

١. أنواع السياحة وفقاً لتوزيع الحدود السياسية :

وتتكون من سياحة داخلية ، وسياحة خارجية .

أ - السياحة الداخليـة : وهـى تلـك الأنشـطة المرفقيـة التـى تتضـمن تهيئة جميع الظروف السياحية للمواطنين للاستمتاع بأوقاتهم أثنـاء الفترة السياحية داخل الوطن الواحد .

---

(١) د. ثروت محمد على - نحو منهج علمى لتحليل التكلفة والعائد فى قطاع السياحة - مؤتمر تنظيم وادارة السياحة - ١٩٨٣ .

ب ـ السياحة الخارجية : هى تلك الأنشطة المرفقية التى تتفاعل من أجل إفراز مجموعة من الخدمات السياحية للأجانب ، ومجموعة إجراءات سياحية أخرى خاصة بانتقال المواطنين إلى الخارج لنفس الغرض .

٢. أنواع السياحة وفقاً لمفهوم الرغبة :

ويقصد بالرغبة ـ أى رغبة السائحين فى الترويح عن النفس وفقاً لاتجاهاتهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية :

أ ـ سياحة الاستجمام :

وهى السياحة التى يقصد بها أوقات استمتاع السائح خاصة ، وذلك من خلال انتقاله إلى أماكن جذابة طبيعية ، مثل مناطق البحر الأحمر ، شرم الشيخ ، الساحل الشمالى أى أنها سياحة المناطق الهادئة .

ب ـ السياحة الدينية :

وهى الانتقال الى الأماكن الدينية القديمة ، التى يتفاعل معها الإنسان بمشاعر روحانية تريح النفس البشرية ، وهذه الأماكن كثيرة على خريطة مصر الإسلامية ، فى سيناء يوجد دير سانت كاترين ، وفى مصر القديمة حيث جامع عمرو بن العاص كما يوجد

أضرحة السيدة زينب والسيدة عائشة وضريح الإمام الحسين - وفى الزيتون يوجد كنيسة العذراء كما يوجد معبد بن عزرا وهو أقدم معبد لليهود فى مصر علاوة على مصدر التراث الدينى - المتمثل فى الجامع الأزهر الشريف .

جـ - سياحة رجال الأعمال :

وهى نوع جديد من السياحة برز فى القرن الماضى ويتمثل فى عقد المؤتمرات لزيادة الأسواق والمعارض،التى تتضمن قطع أثرية وتحف لا تقدر بثمن ، كذا حضور المؤتمرات الدولية التي تتضمن جميع التوجهات السياحية الدولية ، ومن أمثلة ذلك سوق القاهرة الدولى .

د - السياحة العلاجية :

وهذا النوع من السياحة ، يهدف إلى الاهتمام بالناحية الصحية والعلاجية للسائحين ، من خلال مناطق للعلاج الطبيعي فى مصر ، وخاصة في عين حلوان حيث تتدفق المياه المعدنية ، كما تضمن عيون كبريتية لعلاج الروماتيد ، كذا عين الصيرة بالقاهرة ، وعين بلبيس بالشرقية ، كما يوجد العين السخنة التى تتدفق بدرجة حرارة عالية ، كما يوجد مجموعة بحيرات تتميز

باحتوائها على نسبة عالية من أملاح الكبريت مثل بحيرة قارون والبحيرات المرة هذا من ناحية العلاج الطبيعي ، ومن ناحية أخرى وفى هذا الخصوص وفي مجال الصحة العامة ـ نجد أنه فى مصر : قد تعاقد وزير السياحة مع بعض الشركات العالمية في مجال الصحة العامة ، للاهتمام بالمشاكل الصيحية للوافدين من الخارج بقصد السياحة[١] ، من أجل حماية هؤلاء الضيوف فترة إقامتهم المؤقتة ، لتحويل مصر إلى ملاذ لكل قادم من خلال التهيئة النفسية ، والروحية ، والصحية مما يعود على الدولة بكثير من المدخلات الاقتصادية .

هـ ـ <u>السياحة الرياضية</u> :

والغرض منها ـ تهيئة الظروف لمارسة حميع الألعاب الرياضية ، مثل الغطس ، ورحلات اليخوت والانزلاق المائى ، حيث تتوافر الشواطئ الجميلة مثل الشواطئ البحرية بالبحر الأحمر ، ومناطق التصوير المائى فى الغردقة .

---

(١) جريدة الأهرام بتاريخ ٣ - ١٢ / ٢٠٠٤

و ـ السياحة الثقافية :

وهى السياحة إلى المناطق التى تزخر بالحضارات القديمة . والحديثة ، وتعتبر ترويحاً للفكر والنفس ، وعلى خريطة مصر الفرعونية . يوجد كثير من أنواع هذه السياحة ، فتوجد الحضارة الفرعونية والإغريقية والرومانية والإسلامية [١]

---

(١) سعبر محمود حلف اله ـ اقتصاديات السياحه فى مصر ـ المؤتمر العلمى السنوى الخامس ـ جامعة المنصورة فى ٢٢ . ٢٣ مارس ١٩٨٨

الفصل الثاني
مشاكل السياحة في الدول النامية

<u>تنويه .</u>

غالبا ما تتصف الدول النامية بصفات متشابهة ، سواء من حيث الظروف الاقتصادية ، أو الظروف الإدارية والسياسية ، ومن خلال هذا الفصل نتجه نحو شرح كل من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية في مبحث . ثم نتجه في مبحث آخر إلى شرح معوقات الاستثمار السياحي في مصر بصفة خاصة ، على أن تلك المشاكل الاقتصادية تتضمن عدة عناصر أساسية ضمن هذه العناصر ضعف الإمكانيات المادية والبشرية . وضعف وتهالك البنية الأساسية ، كذا قصور التشريعات السياحية والوعى السياحي ، وأخيراً انتشار البطالة وضعف المستوى الحضاري . ولا شك أن تلك المعوقات التي تعوق صناعة الساحة في الدول النامية ما هى إلا خصائص لتلك الدول التي تؤثر اقتصادياً وسياسيا داخل إطار الدول النامية .

المبحث الأول
المشاكل الاقتصادية والاجتماعية
في السوق السياحي للدول النامية

يجب أن ننوه أولاً إلى دراسة طبيعة الدول النامية - من حيث الصفات المتشابهة من حيث ضعف الدخل القومي ، وانخفاض معدل التراكم الرأسمالي ، كضعف الاستثمارات الموجهة قومياً ، وتردي الهياكل الاقتصادية بصفة عامة ، وتلك الخصائص التي تتسم بها الدول النامية تؤثر سلبياً على جميع القطاعات الاقتصادية بصفة عامة والقطاع السياحي بصفة خاصة وذلك على النحو التالي :

١- ضعف الإمكانيات المادية والبشرية :

فالموارد البشرية في الدول النامية تنقصها الخبرة والدراسة والتدريب العلمي الكفؤ الذي يحتاجه القطاع السياحي ، أى ما تحتاجه بعض الموارد المادية التي تحتاجها الأنشطة السياحية ، فالاستثمار السياحي يحتاج إلى تطوير مرافقة بصورة تحقق الجذب السياحي ، ومن هنا فإن هذا الاستثمار يحتاج إلى تمويل كبير تفتقره دائماً الدول النامية .

٢ـ ضعف وتهالك البنية الأساسية :

فدائماً تكون الهياكل الاقتصادية ضعيفة ومزرية . والبنية الأساسية تحتاج إلى إعادة وتجديد . فشبكات الكهرباء والطرق والمياه ووسائل الاتصال تحتاج دائماً إلى تجديد وتطوير مستمر حتى تتواءم مع التكنولوجيا العالمية أى العولمة الذي تسيطر على قطاعات السياحة الدولية . ومن هنا فإن تلك القطاعات تحتاج دائماً إلى تجديد وتطوير في الدول النامية . ولا شك أن هذه الملحوظة تنبئ إلى ضعف إمكانيات وتمويل المشروعات السياحية في الدول النامية نظراً لانخفاض معدل الدخل القومي في تلك الدول مما يؤدي إلى انخفاض دخل الفرد ، وذلك يؤثر على عملية الإنفاق بصورة عامة . سواء كان ذلك من خلال الإنفاق على الحاجات والإشباعات الأساسية للفرد . أو سواء بالنسبة للإنفاق على السياحة الداخلية في الدول النامية فيؤدي إلى وجود فجوة كبيرة في معدل الادخار في الدول النامية . والذي بدوره يؤثر على معدل الاستثمار في تلك الدول . ولذلك ننادي بضرورة تنشيط الأوعية الادخارية وارتفاع سعر الفائدة على الإيداع بالعملة المحلية من أجل تحقيق مزيد من الدخل من العملة الصعبة . ويتأتى ذلك في حالة تغيير عملة السائحين والأجانب الموجودين في الدولة المستقبلة

بالعملة المحلية كمصدر لمصروفاتهم ، أو قد تكون مصدر لنوعية من الاستثمار قصير الأجل يزيد من التدفقات النقدية بالعملة الأجنبية ، ويعد ذلك بمثابة تنشيط لحركة السياحة في الدول النامية .

٣ـ قصور التشريعات السياحية والوعي السياحي :

فنجد أن جميع التشريعات السياحية يقتصر على مفهوم خدمة الإدارة المحلية دون أدنى نظر إلى خدمة السائح أو المستثمر ، فجميع التشريعات السياحية في الدول المتقدمة تعمل من أجل خدمة المستثمر والسائحين من خلال نظام العولمة الاقتصادية ، ونرى عكس ذلك في الدول النامية ، كذا فإن الوعي السياحي في الدول النامية ينقصه المصداقية ونشر الثقافة السياحية ، وكيفية التعامل مع السائح الأجنبي كأحد المصادر الأساسية لتنمية الاقتصاد القومي .

٤ـ ضعف المستوى الحضاري والتكنولوجي :

فالحضارة **civilization** تؤمن دائماً بالفكر والتطور ، والتطور سمة من سمات تكنولوجيا العصر ، والتكنولوجيا قد ماجت في كل قطاعات الدولة ، سواء كان ذلك في المجالات الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية ، ولما كانت السياحة أحد القطاعات الاقتصادية ، فلا شك أنها ستكون ضعيفة في الدول النامية ، نظراً

لضعف الهياكل الاقتصادية في تلك الدول . كما أن ارتفاع نسبة الأمية والتعليم والتدريب في الدول النامية يؤخر تطور تلك الدول في النواحي السياحية .

٥- انتشار البطالة .

هناك تقاليد اجتماعية في الدول النامية قد تكون على حق . وقد تكون على خلاف ذلك . فهناك بعض العادات والتقاليد الإسلامية التي تنظر إلى الأنشطة السياحية على أنها تخالف تعاليم الإسلام والأديان السماوية ، من حيث توزيع الخمر على السائحين ومخالطة أجناس مختلفة من النساء بدون عائق أو قيود مما يترتب عليه قلة الإقبال على هذه النوعية من الأعمال وخصوصاً في الدول الإسلامية . ولكن والحق إنما يجب أن نقنن تلك الأعمال بطريقة نجد فيها ضالة الدول النامية فيجب أن تكون الأماكن السياحية مأمونة السياج من الأمن والشرطة السياحية ، كذا الحد من السلوكيات الغير أخلاقية داخل القرى السياحية مع الالتزام بالأخلاقيات الحميدة . ومن جهة أخرى نجد أن الأنشطة السياحية كثيرة تتطلب عمالة مثقفة تجيد لغات متعددة من أجل التعامل مع الجنسيات المختلفة . وهو ما لا يتوافر في كثير من أبناء الشعوب

النامية ، ومن أجل ذلك يجب تعليم وتثقيف أبناء هذه الأمم وإجادتهم للغات الأجنبية من أجل تحقيق الأثر الحضاري والاختلاط المميز المفيد لتطوير الاستثمار والأمة .

المبحث الثاني
معوقات الاستثمار السياحى في مصر

من خلال البحث عن أهم المشاكل التى تواجه عملية صناعة واستثمار السياحة فى مصر ـ نجد أن هناك كثير من تلك المشاكل ، ومن خلال التطبيق العملى . ومن خلال الملاحظة لتجارب الاستثمار السياحى ـ برز لنا عدة مشاكل تواجه الاستثمار السياحى فى مصر ، فهناك عقبات داخلية ، وعقبات خارجية نقوم بمحاولة شرحها على النحو التالى :

المعوقات الداخلية

١ـ معوقات تخطيطية :

عنى الرغم من أنه لا يوجد أحد يختلف على أن مناطق مصر خلابة ، وتتمتع بميزات نسبية يمكن أن تحقق طفرة فى الاقتصاد المصرى ، إلا أنه وكما نوهنا من قبل ـ فإن المشكلة مشكلة التسويق السياحى فى مصر ، فهناك مناطق لم تسوق بعد ، في حين يتركز التسويق على الأماكن المشهورة ، مع غياب البُعد الجغرافى والأماكن التى يمكن استغلالها كموارد سياحية هائلة ، كما أن عدم وجود التنسيق بين الجهات المهتمة بالتنظيم السياحى ، والجهات

الأخرى المهتمة بالتسويق السياحى . يجعل هناك فجوة جغرافية في صناعة السياحة . يجب تغطيتها بأماكن يزيد الطلب عليها . رغم أنها موجودة من حيث الأصل ، لكن غياب التخطيط السليم يجعل العملية الاستثمارية ـ بطيئة التنفيذ .

فلا شك أن الاتجاه نحو استغلال المناطق الجديدة من حيث تحويلها إلى مناطق سياحية . ليس فقط الهدف منه عملية الاستمتاع الروحي خلال فترة
الصيف . ولكن هناك هدف أسمي وأعمق وهو الاستثمار السياحى .

إن هناك مناطق كثيرة لم تستغل بالكامل ، ويمكن أن تكون مجمع سكانى متكامل وفى نفس الوقت منطقة جذب سياحى كبيرة . ومن تلك المناطق التى بها معوقات كبيرة لاستغلالها هى منطقة الساحل الشمالى . التى تم رسم خريطة أهدافها منذ أكثر من عشرين عاماً . ثم فجأة تبدلت الأهداف . وأصبحت مشروع جذب سياحى في فترة الصيف فقط .

ومن هنا يجب ملاحظة الآتى :

١ـ إن الأهداف الأساسية لأى مشروع استثمارى سياحى تقوم على أهداف رراعية وخدمية . وسياحية . وعلى سبيل المثال زراعة

المنـاطق الصـالحة للزراعـة قمـح ، لتحقـق المعجـزة التـى حققتهـا السعودية فى زراعة الصحراء من قبل ، حيث ان هذا المشروع سيحقق لنا تدفقات نقدية أجنبية ، نحن فى أمس الحاجة إليهـا فـى الوقـت الحالى وفى معركـة الإصـلاح الاقتصـادى ، حيـث أن مصر مـن أكـبر الدول المستوردة للقمح .

٢ـ دراسة التخطيط العمرانى ـ لإنشـاء فنـادق سـياحية علـى مسـتوى عال من الرقى ، والتكنولوجيا السياحية ـ تبهر الوافدين مـن السـياح ، وبأسعار تنافسية عالمية ، توفر العملات الأجنبية ، تشارك في سـد جز من عجز ميزان المدفوعات .

٣ـ الدراسة الحقيقيـة للخـدمات الصـحية للمنـاطق السـياحية بصـفة عامة ، الساحل الشـمالى بصـفة خاصـة ، حيـث أن بنـاء المستشـفيات التخصصية ـ ذات العائد المربح يشجع كـثير مـن رجـال الأعمـال فـى التفكير فى هذا المشروع القومى .

فالمراكز الصحية التابعة لوزارة الصحة ، لمواجهة الطـوارئ لا تكفى فى تغطية احتياجات الساحل الشمالى الصحية ، وهناك حالات حدثت ولم تجد السرعة فى إسعافها ، ولا شك أن ذلك يسئ لصـناعة

السياحة في مصر . وعليه فلا بد من التفكير الجدي في خلق بيئة صحية على مستوى عال في تلك المنطقة الجذابة الهامة

٤ـ التفكير الجدى فى المشروعات التعليمية . وخاصة الأكاديميات العلمية . والتى تشجع على استكمال البنيان الفكرى الثقافى والعلمى فى المنطقة . مما يشجع على عملية الهجرة الداخلية إلى تلك المناطق . وتخفيف العبء عن منطقة الإسكندرية .

٥ـ وعلى الرغم من تشغيل مطار العلمين بالساحل الشمالى . إلا أن بناء المطارات واستكمال تخطيطها هو هدف قومى . ومحلى للمنطقة . ويجب الاستمرار فى تدعيمها . من أجل المشاركة فى حركة التنمية القومية .

٦ـ كما أن جميع المشروعات الاستثمارية . لا بد أن يكون لها ربحية تجارية تتمثل فى العائد المادى . وربحية قومية وسياسية . والتى تشغل بال الدولة فى كيفية إضافة جديدة إلى تاريخ وسمعة مصر عالمياً فى صناعة السياحة .

٢ـ معوقات تشريعية :

إن السمة الموجودة فى معظم القطاعات . وعلى الأخص القطاعات الاستثمارية . هى نقص التشريعات واللوائح التى تنظم

العملية الاستثمارية ، وخاصة مشروعات السياحة ، وعلى سبيل المثال عند قيام المستثمر بالترخيص لمشروعه ، يفاجأ بتعارض بعض القوانين بالبعض الآخر ، فلا يوجد منطوق واحد . وتفسير تشريعى شامل ، فنجد مثلاً التصريح فى قانون معين ، فى حين نجد ما يعارضه في البعض الآخر من القوانين [١] .

وعلى سبيل المثال :

١ـ تعدد سيطرة العديد من الوزارات على المنطقة الواحدة ، وتعدد إصدار التراخيص .

٢ـ تعدد الرسوم والضرائب والتمغات المطبقة على النشاط السياحى .

٣ـ تعدد الجهات المنوط بها وضع الشروط الفنية البنائية وتعدد جهات الإشراف .

وعند إجراء دراسة تطبيقية على محافظة الفيوم[٢] أسفرت بعض الملاحظات الآتية :

عند قيام إحدى المشروعات ـ بأخذ استطلاع رأى لإنشاء مشروع سياحى اتضح الآتى :

---

(١) نبيل محمد كامل أمين حنظل ـ الاستثمار السياحى فى الفيوم ـ المؤتمر العلمى السنوى الثامن فى جامعة المنصورة ـ كلية التجارة فى ١٧ ـ ١٨ أبريل ٢٠٠٣ .

(٢) المرجع السابق ص ٧٢

أن الجهـة التـى تقـوم بإبـداء الـرأى فـى قانونيـة المشـروع الاستثمارى هى الهيئة العامة للتنمية السياحية ، لكن عندما نتجـه إلى معرفة الأسانيد القانونية التى تعطى الجهة إبداء رأيها بموجبها ـ نجـد أن هنـاك قـانون السـياحة ، وقـرار وزيـر السـياحة باعتبـار المنطقة سياحية ، وقرار رئـيس الجمهوريـة ٢٤٥ / ١٩٩٢ ، المخطط التأشيرى للتنمية السياحية . هذا من ناحية القوانين المحددة لإبداء الرأى .

أما من ناحية المستندات المطلوبـة فتجـدها علـى نطـاق واسـع فيلزم المستثمر تقديم المستندات الآتية بعد إخطاره بالموافقـة المبدئيـة خلال مدة أقصاها خمسة أشهر . مـن تـاريخ تقـديم الطلـب بالنسـبة للمشروعات المحددة . وتسعة أشهر بالنسبة للمشـروعات المتكاملـة وهى كالآتى :

أ ـ صـورة الطلـب المقـدم مـن هيئـة الاسـتثمار أو مصـلحة الشـركات لتأسيس شركة مساهمة برأس مال مصـدر ومكتتـب فيـه لا يقـل عـن ٥٠ ٪ مـن التكـاليف الاسـتثمارية للمشـروع المقـترح ، ويكـون مـن أغراضها امتلاك وإدارة وتنفيذ المشروعات السياحية .

ب - الرسومات المبدئية للمشروع وتشمل الدراسات التخطيطية والمعمارية ومرافق البيئة الأساسية .

جـ - تقدير التكاليف الاستثمارية للمشروع وبيان مصادر التمويل .

ء - سداد ما يعادل ١٠٠ ٪ من إجمالى التكاليف الاستثمارية لمرافق البنية الأساسية (كهرباء ، مياه ، صرف صحى ، واتصالات) مقابل مصروفات المراجعة المبدئية للمستندات المقدمة .

هذا من ناحية الهيئة العامة للتنمية السياحية ، إلا أن هناك عدة هيئات أخرى تطالب المستثمر بتنفيذ مطالب لا حصر لها - مثل هيئة المجتمعات العمرانية الجديدة (الشئون العقارية) ، هيئة عمليات القوات المسلحة ، تطالب المستثمر بخطاب من تلك الهيئة بالموافقة على التخصيص لصالح المشروع السياحى ، كذا جهاز شئون البيئة يطالبه بخرائط إنشاءات ، هيئة الآثار تطالبه بخرائط مساحية ، بالإضافى إلى وزارة الزراعة .

كل هذه الجهات ، وكل هذه المستندات ، لماذا لا تُجمع مثل تلك الجهات فى جهة واحدة ، ولتكن وزارة السياحة مع وضع عدة متخصصين - فى كل الشئون المذكورة آنفاً لتلبية متطلبات المستثمر بشئ مبسط في الإجراءات وتوفر في الوقت .

ولا شك أن فى تحقيق ذلك المطلب واجب وطنى ، لأن ذلك سيعطل عملية صناعة السياحة ، ويؤخر عملية الاستثمار ـ وهذا ليس من مصلحة الوطن ، ولا من مصلحة الأمن القومى ، أنه ضياع لأموال لو استغلت لحققت زيادة فى الدخل القومى بكل عناصره .

٢ـ معوقات تنظيمية ومالية finance :

هناك عقبات تنظيمية لاستثمار السياحة ، يجب الحد منها لتحقيق العملية الاستثمارية بالنجاح المطلوب ، هذه العقبات تنحصر فى :

أ ـ عدم وجود حصر كامل لكل من إمكانيات وعناصر الجذب السياحى فى المناطق المختلفة .

ب ـ عدم وجود الخبرة الكافية فى عملية تنشيط السياحة .

جـ ـ زيادة أسعار استهلاك الطاقة والمياه والسلع الأخرى بالنسبة للمشروعات الاستثمارية .

يوجد بعض الأقاليم مثل الوجه القبلى . تحصل على ميزة إعفاءات ضريبية . فى حين لا توجد نفس الميزة لأجزاء أخرى من البلد مثل منطقة الفيوم .

٤ـ معوقات ترويجية :

عدم قيام آليات الترويج ، بالقيام بعملية تبسيط الاستثمار السياحى الخارجى للمشروعات السياحية المطروحة للاستثمار ضمن أهداف عملها الأساسي ، من خلال مكاتب الترويج الخارجية .

لذا يجب وضع لوائح شاملة لعملية الاستثمار مع تعديل تشريعى فى بعض قوانين الاستثمار وخاصة القانون ٨ / ١٩٩٧ - بخصوص إعطاء الاستثمار السياحى ـ ميزة ـ كبيرة فتلك الاستثمارات هى مستقبل مصر ـ فالمنتج السياحى الجيد متوافر عناصره ـ البنية الأساسية ، الموارد السياحية موجودة ، جميع مناطق الجذب موجودة وغير مستغلة ، وعلينا أن نستغل تلك الطاقات في استثمارات من أجل النهوض بصناعة السياحة ، ومن أجل تحقيق أفضل لتلك الصناعة في مصر .

المعوقات الخارجية للاستثمار السياحى فى مصر :

١ـ عدم وجود اعتمادات مالية كافية ، لإجراء الدراسات السياحية والمكتبية والميدانية اللازمة لتطوير العمل السياحى ، وتحسين نظم الإحصاءات السياحية ، حيث لا تتوافر الخطط اللازمة لتقييم

الدراسات السياحية على أسس علميه مدروسة لتسويق الخدمة السياحية

٢ـ عدم وجود سياسة تسويقية مثلى للسياحة الدولية فى مصر ، مدروسة على أسس علمية . بحيث تتمير بالاستمرارية والتنوع لكل سوق سياحى . مع عدم التركيز على السائح العربى الذى يحقق للاقتصاد القومى دائماً إيرادات كبيرة أثناء فترة تواجده .

٣ـ عدم كفاية المراكز السياحية المصرية بالخارج ـ ويجدر الإشارة أنه يتم إلغاء بعض المراكز السياحية فى الخارج . رغم أنها ذو تأثير قوى على حركة استثمار السياحة فى مصر .

٤ـ عجز ميزانية المكاتب والمراكز السياحية فى الخارج مما يعوقها عن أداء عملها بنجاح .

ونرى أنه من الضرورى ـ أن يكون هناك معارض سياحية وأثرية يتم ترويجها بالخارج ـ كل عام لإمكان التأثير على سوق السياحة الدولية فى مصر .

ولقد تم التوجه نحو هذا التوجيه السياسى السياحى الكبير ـ عندما افتتح الرئيس مبارك مع الرئيس الفرنسى جاك شيراك معرض كنوز الفراعنة . ولا شك أن هذا الحدث الأثرى السياحى . هو إضافة

جديدة وتقديراً أعظم للحضارة المصرية القديمة . أو بمعنى أفضل هى حضارة فرعونية .

ويضم المعرض ٢٠٠ قطعة أثرية ، منها ١١٥ قطعة من مصر ، وباقى القطع من متحف تورينو بإيطاليا . ومتحف اللوفر فى باريس . والهدف من هذا المعرض ، هو سرد قصص وانجازات ملوك الفراعنة ، وملابسهم وأعمالهم وأهم معاركهم .

ولا شك أن هذا المعرض وغيره من المعارض ، سيكون له هدف محدد ، ويصاحبه حجم دعاية أكبر ، كما أن المعرض متحرك ومحدد بزمن معين ، لذا فإنه يحقق دخلاً كبيراً وعائد معنوى أكبر ، أى أنه يعتبر من معايير الجاذبية لصناعة السياحة الفرعونية ، علاوة على أنه سيحقق تدفق عملة صعبة كبيرة للدولة ، توضع فى صندوق الآثار ، لترميم الآثار التى تحتاج لهذا الترميم أى أنها تعتبر أحد المصادر الأساسية للدخل القومى .

الباب الثاني
التخطيط السياحي

تمهيد :

لكى تستطيع أى دولة فى العالم - أن تحقق طفرة فى اقتصادها القومى ، لابد من ضرورة تبسيط إجراءات صناعة السياحة . ولابد أن يكون ذلك عن طريق اتخاذ أساليب علمية وتنظيمية لتحقيق ذلك المطلب ، الذى أصبح هدف قومى فى جميع أنحاء العالم ، فالسياحة أصبحت صناعة متكاملة الجوانب ، وأصبح الطلب على منتجاتها جامد المرونة ، مهما ارتفعت أسعارها ، لأن السائح فى هذه الفترة ، يعمل جاهداً فى الحصول على درجة الإشباع النفسى والروحى ، فى لحظات هو فى أمس الحاجة إليها ، حتى ولو ارتفعت أسعارها نسبياً ، لكن فى نفس الوقت ، لابد أن تكون تلك الصناعة هادفة راقية فى منتجاتها (خدماتها) فى سبيل جذب المستهلك (السائح) من خلال عرض السلعة (الخدمات السياحية) .

لذا فإن أى دولة فى العالم ترغب فى تحقيق تلك الطفرة ، لابد أن تحقق مزيداً من متغيرات صناعة السياحة ، وخصوصاً إذا كانت كل الظروف مهيأة لتحقيق هذا المطلب على أن يكون تحقيق

ذلك على كل المستويات السياحية ـ أى يشمل السياحة الداخية . كما أنه يشمل السياحة الدولية .

ولا شك أن الاتجاه إلى تلك المعطيات تتطلب تخطيطاً اقتصادياً وسياحياً يحقق الهدف من فاعليات هذا التنظيم المرغوب فيه . وعلى ذلك يجب أولاً أن نحدد المقصود بالتخطيط السياحي .

الفصل الأول
التخطيط السياحي وأنواعه ـ أهدافه ومقوماته

لا شك أن التخطيط السياحي هو تخطيط القومية ضمن التخطيط الاقتصادي الذي تتجه به الدولة نحو تخطيط القطاعات الاقتصادية المختلفة . ولما كان الدخل القومي يتضمن عائد القطاعات المختلفة ، لذا فإن التخطيط السياحي يعتبر عنصراً هاماً في الدخل القومي ، وعلى ذلك ومن خلال هذا الفصل نتجه نحو تحديد المقصود بالتخطيط الاقتصادي بصفة عامة ، والتخطيط السياحي بصفة خاصة ، ثم نتجه نحو تحديد أنواع التخطيط الاقتصادي ، ثم نشرح الأهداف التي تبغي إليها صناعة السياحة ، ثم أخيراً نحدد مقومات صناعة السياحة .

المبحث الأول
مفهوم التخطيط الاقتصادي وأنواعه

أولاً : مفهوم التخطيط الاقتصادي :

يمكن تعريف التخطيط الاقتصادى - بأنه استخدام موارد المجتمع المتاحة بالكيفية التى تحقق أقصى إشباع ممكن[1] .

والتخطيط الاقتصادى بهذا المعنى - يدخل مفهوم الفرصة البديلة فى ذلك المفهوم - حيث محاولة استغلال الموارد الاقتصادية أحسن استغلال نظراً لندرتها الاقتصادية فى أفضل أنواع المشاريع التى تحقق أقصى إشباع لأفراد المجتمع .

ولعل المشروعات السياحية فى أى دولة فى العالم تعتمد على الموارد المتاحة ، والموارد المتاحة فى أى دولة ، وخاصة فى صناعة السياحة تعتمد على الموارد الطبيعية : أى الأرض ، والمناطق الساحلية . ومحاولة استغلال تلك المناطق فى الاستثمار السياحى أى محاولة تعمير تلك المناطق وجعلها مناطق جذب سياحى من أجل زيادة الطلب السياحى عليها .

---

(1) Baldwin : Economic planning , 1962 p. 11 – 12

كما أن التخطيط ـ يمكن أن يكون بمثابة إعداد وتنفيذ برنامج عمل للمستقبل ، يستهدف استخدام موارد المجتمع لمواجهة الحاجات الاجتماعية بأفضل طريقة ممكنة[1] .

وهذا التعريف يتجه نحو تفسير التخطيط في أى نظام اقتصادى في العالم سواء نظام رأسمالى ، أو اشتراكى أو مختلط . كذا ـ فإن التخطيط يشمل جميع قطاعات الدولة ـ سواء كان قطاع صناعى أو زراعى ، أو قطاع سياحى . والقطاع السياحى يشمل جميع الأنشطة التى تخدم صناعة السياحة سواء كان قطاع الإسكان والتعمير أو السياحة بكل اتجاهاتها البيئية والساحلية وذلك من خلال توزيع الموارد الإنتاجية المتاحة على فروع النشاط الاقتصادى بصفة عامة والقطاع السياحى بصفة خاصة ، ومحاولة وضع المعايير الخاصة التى تجعل تلك الموارد تحقق الهدف القومى ، أو زيادة فى معدلات الدخل القومى ، ومن ناحية أخرى محاولة تحديد المنتج السياحى الذى يرغب السائح فى الاستمتاع به ويكون قادراً على الإنفاق عليه (الطلب السياحى) .

---

(١) د. العشرى حسين درويش ـ اقتصاديات التنمية والتخطيط الاقتصادى ـ طنطا ١٩٩٣ ص ١٢ . ١٣

ومن ناحية أخرى تحديد نصيب كل عنصر من عناصر المنتج السياحي والمساهمة في تحقيق ذلك المنتج ، كالأرض مثلاً . أي المناطق الجديدة . والبيئة الساحلية . والموارد البشرية الصالحة . لهذا المنتج السياحي ذو الخصوصية . في موارده البشرية حيث يلزم عمالة مثقفة واعية على دارية كاملة بالعملية السياحية ، علاوة على محاولة استغلال رأس المال المستثمر في الحصول على أكبر ربحية ممكنة أي الحصول على تدفقات من العملة الأجنبية تفوق المصروفات منها والمشاركة في تحقيق توازن ميزان المدفوعات .

وعلى ذلك يمكن تحديد المقصود بالتخطيط السياحي :

بأنه تلك الاتجاهات الهادفة والتي تتضمن المقومات الأساسية لصناعة السياحة من حيث توافر عناصر إنتاج صالحة للوصول للهدف ، أو بيئة مناسبة تتداخل فيها تلك العناصر من أجل تحقيق ذلك الهدف .

وإذا نظرنا إلى البيئة فسنجدها تتضمن أنواعاً مختلفة ، فهي إما النشاط البيئي أو الحالة الأيكولوجية للنشاط . وإما مجموعة من العقائد والسلوكيات التي تسيطر على طبيعة الدولة . ومن ناحية

أخرى نجدها في صورة مجموعة القوانين والتشريعات التي قد تحد أو تشجع من الأنشطة السياحية .

لذا فإن التخطيط يجب أن يتضمن كل هذه العناصر من أجل تطوير صناعة السياحة في أى دولة . وخاصة في الدول النامية التي يسيطر عليها مجموعة من السلبيات الأيديولوجية التي تهب على النشاط السياحي فتفقد بعض قوته وتؤثر على الإعلام الدولي على نجاحاته .

والأساليب التي يجب اتباعها في عملية التخطيط تتداخل وتتفاعل ، تلك التي تنقسم إلى التنبؤ والاختيار بين البدائل التي يجب الأخذ بها في المجال السياحي .

ثانياً : أنواع التخطيط الاقتصادي .

ينقسم أنواع التخطيط الاقتصادى إلى عدة أنواع وفقاً لاتجاهات كل نوع :

١ـ التخطيط القومي الشامل :

والتخطيط القومى الشامل ـ يتمثل فى وضع خطة شاملة . تتناول جميع قطاعات الاقتصاد القومى . أى أنه يشتمل على مشروعات القطاع العام . ومشروعات القطاع الخاص . لأن وضع

القواعد التى يلتزم بها القطاع الخاص وتنسيقها مع استثمارات القطاع العام فى إطار خطة موحدة شاملة تستهدف الاقتصاد القومى بأكمله .

ومن خلال هذه الخطة يتم تحديد الموارد والإمكانيات الاقتصادية المتاحة . ثم تحديد القطاعات الاقتصادية وتحديد نصيب كل قطاع من تلك الموارد ، بحيث يتحقق التنسيق بين تلك القطاعات من خلال خطة شاملة . تحقق زيادة في الدخل القومي . وبذلك فإن تحديد الموارد المتاحة لقطاع السياحة ـ لابد أن يتم من خلال التنسيق مع قطاع الزراعة ، وقطاع الصناعة ووزارة الاقتصاد ـ من أجل الحصول على الخطوط العريضة لتلك القطاعات ، والتى تهدف إلى تطوير صناعة السياحة .

ولا شك أن الهدف من تلك الاتجاهات ، هو عدم التعارض الذى يمكن أن يحدث ، لو أن كل قطاع من قطاعات الدولة ـ اتجه نحو تخطيط انفرادى . لا يهتم بالتنسيق مع قطاعات الدولة ، لأن الهدف النهائى هو زيادة الدخل القومي وتطوير قطاعات الدولة المختلفة .

٢ـ التخطيط الجزئي [١]

التخطيط الجزئـي يشمل إعداد وتنفيذ برامج معينة خاصة بإحدى قطاعات الاقتصاد القومى ، كما لو تم إعداد برنامج أو مجموعة برامج خاصة بالنشاط السياحى فى مصر . فإن إعداد تلك البرامج تكون أكثر مرونة من برامج التخطيط القومى الشامل ـ فعلى سبيل المثال فإن النشاط السياحى يجب أن يستلزم إعداد الخطة الجزئية لصناعة السياحة ، التى تعظم دور القطاع الخاص فى صناعة السياحة ـ وذلك وفقاً للمعايير الآتية :

١ـ تشجيع القطاع الخاص باعطائه أراضى مناسبة فى المناطق النائية والمناطق السياحية الجديدة لإقامة المشروعات السياحية عليها مثل مناطق الساحل الشمالى والبحر الأحمر وصحراء الأهرام .

٢ـ إعطاء دور للقطاع الخاص وذلك بأن يكون له ممثلين فى المجالس والمنظمات المشرفة على قطاع السياحة مثل المجلس الأعلى للسياحة . ولجنة التنمية السياحية وغيرها .

---

(١) لمزيد من التفاصيل ـ انظر : سعيه محمود خلف الله ـ فى اقتصاديات السياحة فى مصر ـ المؤتمر العلمى الخامس ـ مرجع سابق .

٣- محاولة القضاء على المشاكل التى تواجه المشروعات السياحية القائمة سواء كانت مشاكل مالية أو مشاكل بيروقراطية اجرائية ناتجة عن تدخل حكومى فى شئون تلك المشروعات .

٣ - **التخطيط الهيكلي** .

ويقصد بالتخطيط الهيكلى . وضع برامج استثنائية - لمحاولة تعويض الهياكل الاقتصادية المتخلفة ضمن قطاعات الدولة المختلفة . فمن الطبيعى أن نجد أن هناك قطاع ضمن القطاعات الاقتصادية . لم يحقق النمو الاقتصادى أو معدل النمو المطلوب فى الخطة العامة للدولة . نتيجة وجود بعض المعوقات التى تسببت فى ذلك .

لذا فيجب وضع البرامج التى تعالج تلك المعوقات ، ففى قطاع السياحة ، قد نجد أن هناك بعض المناطق السياحية تفتقر إلى تطوير المرافق الأساسية من طرق وقوى محركة ومشروعات صرف صحى وغيرها ، ولا شك أن تنمية لتلك المرافق يحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة ، لذا فيجب أن يكون هناك علاج تلك المعوقات من داخل القطاع السياحى نفسه لمحاولة إعادة هيكلة ذلك القطاع وإعادة توزيع الدخل السياحى على المناطق والمشروعات السياحية بالكامل - ووضع

أولويات للتنمية السياحية ، فى مقدمتها القضاء على المعوقات التى تهم منطقة معينة داخل هذا القطاع .

المبحث الثاني
أهداف صناعة السياحة

تنويه :

من أجل تحقيق صناعة سياحية ناجحة يجب أن نحدد الأهداف الأساسية التي يجب أن تتوافر لدى المستثمر لكى يتحقق النجاح الشامل في صناعة السياحة ، تلك الأهداف تنقسم إلى أهداف سياسية وأهداف اقتصادية وأهداف اجتماعية وذلك على النحو التالي :

الأهداف السياسية :

تهدف صناعة السياحة إلى تحقيق كل من الاستقرار الداخلي ، والاستقرار الخارجي .

فالاستقرار الداخلي يتحقق من خلال الحماية الأمنية ، وتلك تتحقق من خلال تعمير المناطق التي على حدود الدولة ، والتي تكون خالية من السكان وهدف للاحتلال الخارجي ، ولا شك أن تعمير وإنشاء القرى السياحية والفنادق في مثل هذه المناطق تحقق أمناً واستقراراً داخلياً . وتمنع أى مطامع خارجية قد تسيطر على فكر العدو[1] .

---

(1) د. حمدي عبد العظيم ـ اقتصاديات السياحة ـ زهراء الشرق ـ ١٩٩٦ ص ٥٢ وما بعدها

أما الاستقرار الخارجي . فهو يتحقق من خلال تطوير الدولة فكرا مرافق . فمن حيث التطوير الفكري للشعوب يتأتى من خلال الفصل بين الحكام والشعوب . فلو أن هناك اضطرابات سياسية بين دولتين قد يكون راجعا إلى توتر علاقات الحكام . ولا شك أن التعامل بين شعوب البلدين بشئ من الرقي واستبعاد الخلافات الشخصية السياسية سيجعل شعوب الدولتين تتدخل قبل الحكام من أجل تحسين العلاقات نظراً لعدم وجود أسباب سياسية حقيقية . وفي حالة وجود اضطرابات سياسية حقيقية فلا شك أن وجود علاقات حسنة بين الشعوب سيؤكد دور الدساتير في تحقيق الديمقراطية والتدخل الشعبي في الحلول الجذرية . أما تطوير المرافق فهى كثيرة ويجب وضع المرافق العامة في مقدمة التطور . ثم تطوير المرافق السياحية مناط جذب السائحين .

الأهداف الاقتصادية :

تتجه الأهداف الاقتصادية إلى تحقيق أكثر من هدف ، فهى من جهة تتجه نحو زيادة التدفقات النقدية مما يؤثر على زيادة الدخل القومي . وإذا كانت تلك التدفقات بنقد أجنبي فهى من جهة

أخرى تؤدي إلى تحسين في ميزان المدفوعات . وبذلك تكون تلك الأهداف على النحو التالي :

١ـ زيادة الإيرادات السياحية :

ولن تتحقق الإيرادات السياحية إلا من خلال تحقيق عنصر الجذب السياحي بالاتجاه نحو تطوير صناعة السياحة لكل متطلبات العصر والتكنولوجيا ، ولا شك أن هذه الإيرادات عندما تزيد تكون بمثابة نجاح المشروعات السياحية وزيادة ربحيتها .

٢ـ زيادة الدخل القومي :

ولا شك أن زيادة الدخل السياحي يؤدي إلى زيادة الدخل القومي ، حيث أن الدخل السياحي هو أحد العناصر الأساسية التي تتجه إليه الخطة الاقتصادية كأحد القطاعات الأساسية في الدولة .

٣ـ تحسين ميزان المدفوعات :

مما لا شك فيه أن السياحة هي صادرات غير متطورة ، أى أنها خدمة يأتي إليها السائح بنفسه للحصول عليها وبالتالي فإنها صادرات بدون رسوم جمركية تعفى منها الدولة المستقبلة للسائحين ، ولما كانت صناعة السياحة تمثل جزء من الدخل القومي ، لذا فإن زيادة هذا الجزء عن طريق أسعار سعر الصرف السياحي أو تخفيض

قيمة العملة يؤدي إلى توازن في ميزان المدفوعات وبالتالي تساعد على تحقيق مزيد من الأهداف الاقتصادية .

الأهداف الاجتماعية :

يحقق قطاع السياحة كثير من الأهداف الاجتماعية . فهو من ناحية يحقق نوع من الترويح عن النفس البشرية خلال فترات معينة يكون الإنسان في أمس الحاجة إليها وكذلك فإن العناية بأساليب الجذب السياحي سواء كانت سياحة داخلية أو خارجية تحقق عنصر الانبهار والترويح عن النفس مما يؤدي إلى انطلاقة قوية نحو العمل بعد هذه الجرعة النفسية المتوازنة ، ومن جهة أخرى تشارك صناعة السياحة في الحد من الفجوة الكبيرة في تشغيل الشباب ، أى أنها تساعد على تقليل نسبة البطالة في الدولة . لأن تشغيل الشباب في القطاع السياحي يمتار بقلة التكاليف إذا ما قارناها بغيرها من القطاعات الأخرى . وإذا كانت البطالة هو عنصر اقتصادي من خلال توازن واستقرار الأوضاع الاقتصادية . فهو اجتماعي من زاوية أخرى هى الحد من البطالة التي هي عنصر أساسي لزيادة الجريمة والاتجاه نحو السلوكيات المدمرة كالمخدرات وجرائم الزنا والاغتصاب . ولا

شك أن القضاء على هذه السلوكيات هو بلا شك عنصراً قومياً وتحقيقاً لخطة الدولة الشاملة .

ولا شك أن تشغيل العاملين في قطاع السياحة سيؤدي إلى زيادة الدخل القومي ناتجاً عن زيادة دخل الفرد المشتغل . فيحقق استقراراً اجتماعياً واقتصادياً ، ولاشك أن تشغيل العاملين في مجال السياحة هو انطلاقة قوية للشباب نحو الاختلاط بأجناس أخرى فتقترب وجهات النظر وتزيد الخبرة ويكتسب اللغة والمفاهيم والتقدم فتعود على الدولة بالتطور ، فيؤثر ويتأثر والنتيجة في صالح الدولة بالرخاء والتقدم ، وهناك نقطة غاية في الأهمية ، وهى اتجاه الدولة نحو التخطيط السياحي بإنشاء الفنادق السياحية في أماكن بعيدة عن الكردون السكاني المزدحم يحقق انطلاقة قوية نحو إعادة توزيع السكان وإعادة التوطن فتقل المشكلة السكانية على أثر تعمير المناطق البعيدة السياحية .

انتهينا من الأهداف التي تتجه صناعة السياحة إلى تحقيقها ، ولكن كيف وبأى مقومات يمكن تحقيق هذه الأهداف ؟

نتجه في هذا الخصوص إلى سرد المقومات الأساسية التي يمكن بواسطتها صناعة السياحة من تحقيق تلك الأهداف :

١ـ تحديد موقع مناسب :

يعتبر الموقع من المصادر الأساسية لنجاح أى مشروع استثماري بصفة عامة . وإن كانت المشروعات السياحية تمتاز باختيار نوعية خاصة من المواقع . فهى تحتاج إلى منطقة متميزة بالجمال والهدوء بالإضافة إلى وقوع هذا الموقع بعيداً عن المناطق السكنية بالإضافة إلى توافر البنية الأساسية اللازمة لتعمير هذا الموقع كما يجب فحص الطبيعة البيولوجية للتربة وهى من أهم مزايا الموقع السياحي وضرورة ألا تكون تربة رخوة قد تنهار أو كثبان رملية دقيقة ، ويجب أن تكون تربة طينية صالحة لزراعة البساتين والحقول .

كما يجب أن يكون هذا الموقع قريباً من المناظر الطبيعية والشلالات ومناطق الجليد الطبيعي أو البحار . لإمكانية قيام الرياضة البحرية ولا بد أن يكون هذا الموقع في منطقة معتدلة المناخ طوال العام وهذه الطبيعة تعتبر من عوامل الجذب السياحي المتميز . هذا من ناحية الطبيعة الجغرافية . أما من ناحية الطبيعة الأثرية . فلا بد أن يكون هذا الموقع قريباً بالنسبة للسياحة التاريخية وقربها من الآثار والمناطق التاريخية كالمتاحف والكنائس القديمة أو المساجد التاريخية .

٢ـ دراسة البيئة السياسية والاجتماعية :

لا شك أن العادات والتقاليد تمثل محور البيئة الاجتماعية في أى دولة تحتاج إلى نجاح مشروعاتها السياحية ، ولاشك أن تنمية وتطوير الأفكار والعادات يجب أن تتواءم مع طبيعة السائح الزائر . فالدولة ذات الطبائع الشرقية دائماً ما يرتاح إليها السائح الأوروبي فينجذب إلى طبيعة الغناء الشعبي والرقص الشرقي والليالي التي تمتاز بها تلك الطبيعة الشرقية ، ولذا فيجب أن يكون هناك تطويراً للبانوراما الفنية الشرقية ، كما يجب بقدر الإمكان العمل على الاستقرار السياسي والاقتصادي ، فكلما كانت الدولة بعيدة عن الاضطرابات السياسية والانقلابات الداخلية ، والاتجاهات الإرهابية كلما كان ذلك بمثابة أرضية صالحة لنجاح الاستثمار السياحي والعكس يكون في حالة وجود تلك السلبيات المناهضة لصناعة السياحة ، كما أن استقرار سعر صرف الدولة المستقبلة أو انخفاضه لمجموعة السائحين يعد ذلك بمثابة تشجيع على زيادة عدد السائحين ، كما أن انخفاض أسعار الفنادق والسلع بصفة عامة مصدراً أساسياً لتحقيق انتعاش سياحي طوال العام .

المبحث الثالث
مقومات تحقيق أهداف صناعة السياحة

جدير بالذكر أننا لكى نحقق تلك الأهداف السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، يجب أن يكون لدينا مقومات حقيقية تساعد على تحقيق تلك الأهداف ، تلك المقومات التي تنقسم إلى مقومات بيئية وأخرى تكنولوجية ، نقوم بشرحهما على النحو التالي :

المقومات البيئية :

وهى تلك المقومات الموجودة من حيث الأصل أى أن الله قد منحها لبقعة معينة دون غيرها من مناطق دول العالم ، ولذلك فيجب استغلال تلك المقومات أحسن استغلال **exploitation** من أجل زيادة الجذب السياحي ، تلك المقومات تتفرع منها عناصر كثيرة على النحو التالي :

- تلك الأماكن التاريخية النادرة التي يقبل عليها السائح منذ نزوله هذا المكان ، ففي مصر نجد الآثار الفرعونية ، والمتاحف الأثرية والمساجد مثل عمر مكرم والحسين ، وقلعة قايتباى ، والكنائس مثل كنيسة مارى جرجس والعذراء ، وفي فرنسا نجد برج إيفل ومتحف

اللوتس وغيرها من الأماكن ذات الآثار التاريخية المتميزة . ومن جهة أخرى نجد أن هناك أماكن جديدة تتمثل في الملاهي والفنادق العظيمة مثل سان ستيفانو والهيلتون والشيراتون في مصر . وفي أوروبا مليئة بالفنادق الشاهقة الشهيرة . كذا ناطحات السحاب في أمريكا . والمحلات والمرافق العامة والمرافق الدولية . كذا المناظر الطبيعية كالشلالات . ومناطق التزحلق على الجليد . هذا إلى جانب تلك الأماكن التي حباها الله بمناخ جميل معتدل طوال العام والتي تعتبر بمثابة مناطق جذب للسائح طوال العام كما في مصر والتي يعتبر صالحة للسياحة طوال العام ، وفي الشتاء يوجد مدن وجه قبلي كأسوان والأقصر وفي الصيف توجد الإسكندرية ومرسى مطروح والساحل الشمالي وغيرها .

الموقع الجغرافي :

يعتبر تحديد الموقع من أهم العناصر التي تحدد نجاح أى مشروع استثماري سياحي أو غير سياحي ، فالموقع يعتبر منطقة جذب سياحي من حيث ضرورة تحديد الموقع بالقرب من العناصر التي ينجذب إليها السائح . والاهتمام إلى ضرورة تطوير البنية الأساسية بالإضافة إلى أنه يجب أن يكون المشروع له مقومات أساسية

للموقع من حيث توافر وسائل المواصلات وتوافر مصادر الطاقة والمياه بالإضافة إلى ضرورة عمل تحليل بيئي للمنطقة .

التحليل البيئي للمنطقة يتمثل في دراسة وتحليل عادات وتقاليد البيئة التي يتم إنشاء المشروع السياحي فيها . فإذا كانت عادات سيئة يجب تجنبها وتوجيه المواطن إلى ضرورة معاملة السائح على أنه ضيف حقيقي يحقق لنا ثروة ستعود عليه بالنفع ، فإذا كانت عادات وتقاليد حسنة يجب تطويرها ، بحيث تكتمل المنظومة العامة لصناعة السياحة ، فيجب أن تكون هناك عمالة على درجة عالية من التعاليم وإجادة اللغات التي يتكلم بها كافة السائحين كالإنجليزية والفرنسية والأسبانية .

الاستقرار السياسي والاقتصادي :

ويعتبر الاستقرار **stability** عنصر هام جداً ونجاح للعملية الاستثمارية ، فالاستقرار قد يكون استقراراً اقتصادياً وقد يكون استقراراً سياسياً وكلاهما ضروريان لنجاح الاستثمار في كافة المجالات بصفة عامة والاستثمار السياحي بصفة خاصة .

فالاستقرار الاقتصادي يتمثل في ثبات الأسعار ، وتحقيق نجاح في إدارة سعر الصرف . والتقليل من معدل التضخم ، ولا شك أن وجود

مثل هذه العناصر بنسب معتدلة يحقق للاستثمار السياحي نجاحا كبيراً . أما العكس فارتفاع الأسعار وارتفاع معدل التضخم يكون بمثابة ضربة قوية للاستثمار بصفة عامة .

أما الاستقرار السياسي فهو عنق الزجاجة بالنسبة لمجالات الاستثمار بصفة عامة . فالدولة التي تتصف بالانقلابات والاضطرابات السياسية يقل فيها مصادر الاستثمار الأجنبي من كل الوجوه . أما الدولة التي تتميز بالهدوء السياسي فإنها تكون بمثابة مرتعاً للاستثمار في كل المجالات الاقتصادية بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة .

أما إذا نظرنا إلى المقومات التكنولوجية فنجد أنها تنحصر في ضرورة اتجاه الدولة بصورة عامة والدول النامية بصفة خاصة إلى ضرورة تطوير قطاع السياحة بصورة دقيقة لجذب السائح الأجنبي . وضرورة دراسة البيئة الأمنية . فنجد دراسة المشروع السياحي بحيث يتم تلبية رغبات السائح الأجنبي من حيث الطابع العام . والمأكولات التي يقبل عليها السائح الأجنبي . والمطاعم التي يرغب الأكل بها وتجهيزها بأجهزة التكييف المناسبة ووجودها في جو شاعري ساحر يتواءم مع الحياة الأوروبية بالإضافة إلى ضرورة وجود

عمالة مثقفة قادرة على إدارة المشروع بنجاح ، بالإضافة إلى البيئة الأمنية المتمثلة في ضرورة أن تكون الأماكن السياحية بداخلها سياسة أمنية للمحافظة على أموال وأرواح السائحين .

ومن أجل نجاح تلك المشروعات السياحية يجب العمل على دراسة الجدوى السياحية للمشروع السياحي فيجب أولاً دراسة وتحديد الخامات التي تتطلبها الأنشطة السياحية ومجالاتها ، أى ضرورة البحث عن الجديد وفي مجال الرغبات السياحية التي لم تشبع بعد بالنسبة للسائح الأجنبي أو تلك الرغبات التي أشبعت بصورة جزئية في بلاد السائح الأجنبي فهو يحتاج إلى طبيعة خاصة في تقديم وجبات الأكل ، لذلك يجب إنشاء فنادق ومطاعم ذات طبيعة شرقية أوربية بحيث لا يمل السائح من خلال تكرار ما هو موجود . كذا إعداد المناخ المناسب له من الفنادق يتواءم مع طبيعته ، وفي نفس الوقت تحقيق تغيير في الطبيعة الشرقية الموجودة أى يجمع بين الأصالة الأوروبية الموجودة في طبيعته وبين التشوق والانبهار بالطبيعة الشرقية المتمثلة في تقديم الوجبات الشرقية والتعامل بطريقة فيها جديد عن الطبيعة الأوروبية ولا شك أن ذلك يعتبر ضمن وسائل جذب السائح الأجنبي ، كما يجب تحديد الرغبات التي

أشبعت ولكن بتكلفة أعلى . وبذلك فإن عامل الأسعار **factor of prices** هام جداً للسائح . فالسائح مهما كانت درجة السيولة معه . فإنه سيجد نفسه أمام انقلاب الأسعار مضطراً إلى تحديد أيام معينة تتناسب مع دخله . وكلما كان مستوى الأسعار **level of prices** مرتفعة كلما كان ذلك بمثابة انقلاب في الوضع الاقتصادي وبالتالي وسيلة طرد إجمالية لما هو موجود على أرض الوطن وبالتالي ضعف الإيرادات السياحية وبالتالي يفتقر المشروع إلى الحس القومي والربحية القومية كما يسمونها في دراسة الجدوى وبالتالي يكون المشروع فاشلاً من الجهة القومية ، ولما كانت السياحة ذات متعة قومية أى أن الدولة تعتمد عليها في تمويل المشروعات الأخرى الفاخرة ، وكذا زيادة الدخل القومي . فإن أى مشروع يخرج عن هذا النطاق فإنه يكون غير صالح من الوجهة الاقتصادية والقومية .

الفصل الثاني
الدراسة الفنية للمشروعات السياحية

يجب أن ننوه أنه ضمن التخطيط الاقتصادي هناك عنصراً لا يتجزأ عن هذا التخطيط ، ذلك العنصر الذي يسمى بدارسة المشروعات من الناحية الفنية والاقتصادية ، أى دراسة جدوى هذه المشروعات ، ومن أجل ذلك يجب تحديد الدراسة الفنية ، والتي تتكون من الآتي :

دراسة الجدوى البيئية :

يتضمن مفهوم الجدوى البيئية عدة جوانب هامة ، فهى من ناحية تتضمن دراسة بيئية عامة ، وقد يوجد دراسة بيئية خاصة في بعض المشروعات الخاصة مثل المشروعات السياحية ونقوم بشرح تلك الجوانب بالتفصيل :

١ـ الدراسات البيئية العامة .

٢ـ الدراسات البيئية الخاصة .

١ـ الدراسات البيئية العامة :

وتشتمل على بعض العناصر الهامة التي لابد من دراستها لتأثر وتأثير المشروع الاستثماري بصفة عامة عليها ومنها . تلك العناصر يمكن إجمالها على النحو التالي :

أ ـ العوامل الاقتصادية والسياسية :

من المؤكد أن النظام السياسي الموجود في الدولة هو المحرك الرئيسي لكافة الأنشطة الاقتصادية . فالاستقرار السياسي . وهذا النظام هو المحرك لكافة الأنشطة الاقتصادية في الدولة من حيث تحريم بعض الأنشطة أو إجازة وإباحة بعض الأنشطة الأخرى . كما أن هذا النظام هو الموجه للأنشطة بكافة التوجيهات والسلوكيات التنشيطية . ومدى تشجيع النظام السياسي للاستثمار الأجنبي والوطني من عدمه . ومدى تفضيلها نوعية معينة من المستثمرين والخاضعين لبعض الدول الأجنبية التي تكون على صلة وثيقة بالدولة صاحبة القرار والتي تسمح بهذا الاستثمار. كما تسمح بتحويل الأرباح بشروط معينة ترجع إلى معيار المصلحة القومية . كذا النظام

الاقتصادي الذي تتبعه الدولة وهل هو نظام اشتراكي أو رأسمالي أم هو نظام موجه ؟ [١]

ب ـ العوامل البيئية والاجتماعية :

وتلك العوامل تتحدد بالعادات والتقاليد المشجعة أو المعوقة للنشاط الاقتصادي في الدولة ، من حيث نظام الضمان الاجتماعي أو التأمينات والمعاشات والقيم السائدة في المجتمع ذات الاتصال المباشر بالأنشطة الإنتاجية من حيث تحريم عمل المرأة مثلاً في بعض جهات الوجه القبلي ، أو التشجيع لعمل المرأة بصفة عامة أو تخصيص المرأة في بعض الحرف مثل الحياكة أو مشروعات تربية الأطفال ، وبذلك فإن تلك العوامل تحكم على مدى نجاح المشروع وقدرته على أن يحوز قبول المجتمع من عدمه من خلال تلك العادات والتقاليد .

ج ـ العوامل القانونية :

تشتمل تلك العوامل على المؤسسات الحكومية والقانونية ذات التأثير القوي بقراراتها الملزمة على النشاط الاقتصادي ، وتلك التي تقوم بمراجعة الاتفاقيات المحلية والدولية بين الأجانب والوطنيين سواء داخل أو خارج الدولة ، كذا المحاكم التي لها اختصاص في فض

(١) د. حمدى عبد العظيم ـ دراسة الجدوى وتقييم المشروعات ـ مرجع سابق ص ٥٨

المنازعات التي قد تنشأ من خلال العلاقات الاقتصادية بين الأفراد والمشروعات أو بين المشروعات بعضها البعض كذا جهات التحكيم القانونية في المنازعات التجارية والمالية بين المستثمرين والحكومة . مثل الطعن الضريبي . أو في موضوعات الجمارك وغيرها من القرارات ذات الصفة القانونية المؤثرة على المشروعات الاقتصادية في الدولة .

٢ـ العوامل البيئية الخاصة (الدراسة البيئية الخاصة) (١):

وتشتمل تلك العوامل على المتغيرات التي تقيم المشروع الاستثماري من حيث الموقع . والسوق . والموارد المتاحة . الموردين . الوسطاء ، تلك العوامل التي يجب على أى مشروع أيا كان نوعية نشاطه أن يتم تقييمه وذلك على النحو التالي :

دراسة السوق :

حيث يعتبر مفتاح العبور لمنتجات المشروع حيث أنه المكان الذي سيقيم من خلاله فاعليات التسويق . وفقاً لنوعية المشروع . فالمشروع السياحي مثلاً يجد ضالته في إنشاء الفنادق والقرى السياحية وعلى ذلك فلا بد من عمل دراسة تسويقية عن تلك العناصر . من

---

(١) مروان أبو رحمة وآخرون ـ تسويق الخدمات السياحية ـ دار البركة للنشر والتوزيع ـ عمان ٢٠٠١ ص ٥٠ ـ ٥١

حيث الموقع المناسب والمناخ . وتضاريس المنطقة . ونوعية التربة المناسبة لزراعة الزهور . وتجميل المنطقة ، كذا الهدوء المطلوب لتلك المشروعات . لتحقيق عنصر الإيجابية لدى السائح وترغيبه في الحضور من خلال عوامل الجذب السياحي الفعال .

المـــــــوردون :

من المعروف أنه لا يمكن إنتاج أى سلعة بدون أن يكون لدى المستثمر معلومات كافية عن تلك السلعة ، ومن أهم الجهات التي يمكن الحصول منها على معلومات صادقة هى مصدر الموردون لتلك السلعة ، كذا فإنه بالنسبة للنشاط السياحي مثلاً ، لا يمكن أن يتم إنشاء فندق سياحي إلا إذا كان لدى المستثمر معلومات عن نظام توريد الأسرة المطلوبة في كل فندق . كذا النوعية التي يفضل الأجانب استخدامها ، وكذلك أجهزة التكييف أو وسائل الترفيه المطلوبة ، ونوعية الأكلات والمشروبات التي يفضلها الأجانب ...إلخ من المعلومات التي تكون لدى موردي السلعة .

الوسطـــــاء :

ومهمتهم تسهيل تدفق السلع والخدمات بين المشروعات والأسواق الدائمة فيها . وهى مؤسسات هدفها إعادة بيع السلع . أو هم تجار جملة أو تجزئة.أو المؤسسات التي تقوم بخدمات النقل

والتخزين والتحويل والتأمين. وهم حلقة الوصل بين المشروعات وبين الأسواق المستهدفة، وتقوم بهذا الدور في الأنشطة السياحية القوافل السياحية في الخارج والتي تقوم بإنشاء مكاتب سياحية في الخارج تقوم بدور ترغيب السائحين على زيارة الأماكن السياحية في دولة معينة .

العوامل البيئية الداخلية :

وهى تلك العوامل التي تستطيع المنشأة أن تتحكم فيها . وتغيرها حسب المستجدات التي تحدث في السوق وحسب ما يحدث من تغيير في المنشآت المنافسة ، تلك العوامل تنحصر في موارد المنشأة ورأس المال التشغيلي الذي يجب أن يتم تغييره حسب دورة الإنتاج وما يدخل عليها من تغيرات .

ثانيا : الدراسة الهندسية :

تبدأ دراسة الجدوى الفنية لرأس المال الثابت من مفهوم فنى دقيق ، من خلال دراسة الأرض ، التى سيتم من خلالها دراسة موقع المشروع المقترح إنشائه .

ودراسة الموقع : تنقسم إلى نوعين من الدراسة هى دراسة وتحديد المنطقة الجغرافية التى سيقام عليها المشروع ، ثم دراسة وتحديد الموقع داخل حدود تلك المنطقة . إلا انه يجب أن ننوه أن

دراسة الموقع تختلف وفقا لنوعية النشاط الذى سيزاوله المشروع المقترح .

فلكل مشروع موقع معين . أو مكان جغرافى مختلف ، لذا فلا بد أولاً من توافر مساحة من الأرض . يقام عليها المشروع بتجهيزاته المختلفة ، وتتلخص العملية الفنية لاختيار الأرض فى عدة جوانب فنية وهندسية ، أول تلك النقاط أن تقع فى نطاق الموقع المناسب ، ثانياً : أن تتوافر المساحة المناسبة . أى لا يجوز التوفير فى مساحة الأرض المطلوبة بحجة التوفير فى تكاليف المشروع ، ثالثاً : أن تكون تلك الأرض مستوية غير متعرجة بدرجة كبيرة ، بحيث يكون عملية تسويتها لا يكبد المشروع تكلفة عالية ، بعد ذلك نجد أن أهم الجوانب الاقتصادية فى اختيار الأرض أن تكون سعرها مناسب ، سواء من حيث سعر المتر ، أو الإيجار أو حق الإنتفاع ـ وحق الإنتفاع هو الموقف الوسط بين التمليك والإيجار . يضاف إلى ذلك تكلفة رسوم الشراء والتسجيل وتسوية الأرض .

وبذلك يكون تكلفة الأرض = المساحة × سعر المتر + رسوم تكلفة التسوية + رسوم الشراء والتسجيل .

تلك هى دراسة الأرض من الناحية الفنية . ولكن من خلال ذلك لا بد أن نتجه إلى دراسة عنصرين أساسيين على النحو التالي :

١ـ دراسة موقع المشروع .

٢ـ توافر مجموعة من البيانات والمعلومات عن الأرض والمساحات المتوفرة في المدن والتجمعات والمناطق العمرانية الجديدة . لذا نقوم بدراسة الموقع .

دراسة الموقع Site location study

دراسة الموقع تحتل أهمية قصوى في دراسة الجدوى الفنية ، وتقتضى توافر عدة عناصر أساسية .

١ـ تضاريس المنطقة أو جغرافية المنطقة :

تعتبر تراكيب التربة . والتحليل الجغرافي للمنطقة . من أهم عناصر دراسة الموقع . حيث أن لكل مشروع ظروفه الخاصة به . من حيث نوعية نشاطه سواء كان صناعياً ، أو سياحياً ، أو تجارياً . ففى النشاط الصناعي ، يعتمد المشروع على معدات ثقيلة الوزن لذا فلا بد من توافر تربة مناسبة لذلك المشروع كما أن اختيار مشروع سياحي تكون له ظروفه الخاصة . فلا بد أن تتوافر له عناصر معينة من حيث الظروف المناخية . والهدوء التام . وجمال الطبيعة ومدى تأثيره وتأثره بالمنطقة الجغرافية المحيطة به . والمشروع التجارى لا

بد أن يتحدد داخل منطقة سكانية معينة وهكذا . ولذلك تتفاوت تكاليف إنشاء المشروع وفقاً لتكاليف الإنشاء ، وأسعار الأرض . كما أن الفترة اللازمة لتنفيذ مشروع سياحي يختلف عن فترة تنفيذ مشروع صناعي وهكذا .

٢ـ توافر عناصر الطاقة والمياه :

لا شك أن توافر العناصر الأساسية للطاقة المولدة ، والمياه من العناصر الهامة لاختيار الموقع المناسب لنجاح المشروع الاستثماري ، حيث أن بعض المشروعات الاقتصادية تتطلب مواصفات خاصة ، لتشغيل الإنتاج ، فمشروعات الألمونيوم ، والحديد والصلب تحتاج توافر عنصر الطاقة الكهربائية ، كما أن مشروعات الصناعات الغذائية ، تتطلب استخدام كمية كبيرة من المياه ، كذلك المشروعات السياحية ، تتطلب توافر العنصرين سوياً[1] لذا فلا بد عند اختيار الموقع ضرورة أن نضع في الاعتبار تلك العناصر .

٣ـ القرب من مصادر المواد الخام ، ووسائل النقل وأسواق التصريف :

قد يتطلب نوع معين من النشاط الإنتاجي ـ أن يستغرق وقتاً طويلاً في انتقال منتجاته إلى أماكن توزيعه ، مثل الخضروات

---

(١) انظر ـ د. سمير محمد عبد العزيز ـ دراسات جدوى . مرجع سابق ص ١١٧ ـ ١١٨ .

والفاكهة ، لذا يتطلب أن يكون الموقع قريب إلى حد ما من أماكن تصريف المنتجات ، وعلى ذلك فإن مشروع لإنتاج معلبات العصائر والفاكهة مثلاً يجب أن يكون قريب من مزارع فاكهة، وعليه فإن دراسة الموقع لا بد وأن يضع فى اعتباره كل هذه الجوانب الأساسية حتى تتم الدراسة بشئ من الدقة والخصوصية .

وبناء عليه فإنه يجب توافر العناصر السابقة ، والتأكد من دراستها دراسة دقيقة . من خلال توافر التقنية وطرق اختيار الموقع وفقاً لتوافر تلك المتغيرات الاقتصادية أو بمعنى آخر كيف يمكن أن نختار الموقع المناسب في ظل توافر المتغيرات الاقتصادية السابقة ؟

للرد على هذا السؤال يجب أن نعلم بأن معظم عناصر تحديد موقع المشروع تعتمد على الفلسفة الاقتصادية الآتية [١] :

أ ـ دراسة عناصر الإنتاج الشهيرة (5M) والتى تتكون من :

1. Market .

2. Money (capital) رأس المال .

3. Material . or Matenals المواد الخام

4. Machines .

---

(١) مهندس استشارى . عزمى مصطفى ـ دراسة جدوى مرجع سابق ص ١١٦ وما بعدها .

5. Manpower . العمالة

أى دراسة الطلب والعرض وبمعنى آخر فإن دراسة السوق تحقق الطلب ، ودراسة رأس المال والخامات والآلات والعمالة ، تحقق العرض .

ب ـ يجب أن تكون تكلفة عناصر الإنتاج بأقل تكلفة ـ وتكلفة الإنتاج تمثل تكلفة الخامات والآلات والمستلزمات + تكلفة انتقال المنتج (تسويق) + تكلفة أو أجور العمال .

ج ـ إذاً فإن عملية اختيار الموقع مرتبطة ارتباطاً أساسياً بعنصر التكلفة ، سواء كان تكلفة الإنتاج ، أو تكلفة التسويق (نقل المنتجات) .

فكما ذكرنا ، أن كل منتج وله ظروفه الخاصة ، يختلف عن الآخر فى اختيار الموقع ـ مع وضع تكلفة الإنتاج فى الاعتبار ، فصناعة الأسمنت مثلاً لا بد أن تكون قريبة من أماكن المادة الخام (الحجر الجيرى) . حيث لا يجوز افتتاح هذا المشروع بعيداً عن مصادر المواد الخام . لأن المشروع في هذه الحالة سيحقق خسائر حتماً. وذلك لارتفاع تكلفة النقل وكبر حجم وسيلة نقل هذا المنتج .

إلا أن هناك بعض الاعتبارات الاقتصادية المستثناة . والتى تخرج عن نطاق اختيار الموقع ، وفقاً لاعتبارات التكلفة المذكورة . وهى :

السياسات الاقتصادية الخاصة بتحقيق التنمية الاقتصادية داخل القطر الواحد ، فقد تتجه الحكومة نحو تحقيق مشروعات اقتصادية في مناطق معينة من أجل تعمير المناطق الجديدة ، مثل مشروعات توشكى ومشروعات الساحل الشمالى ، أو لحل مشكلة البطالة كما فى المشروعات السياحية فى الساحل الشمالى فى العريش وشرم الشيخ وطابا وغيرها ، أو لمكافحة تلوث المشروعات ، كمشروعات الصناعة ـ بحيث تكون بعيدة عن الكردون السكانى وهكذا ، لذا فإن المستثمر يجب أن يضع الاعتبارات السابقة عند اختيار الموقع ويجب أن نعلم أن دراسة الموقع معناها دراسة الموقع الواسع أى المدينة التي يقيم عليها المشروع .

لذا فإن كل هذه الاعتبارات السابقة لا بد وكما أنها متوافرة فى عنصر اختيار الموقع لابد أن تكون كذلك عند اختيار عناصر الموضع أو المقر أو الأرض **land** وهى عملية لاحقة لاختيار الموقع .

اختيار الموضع (مساحة المتر المربع للمشروع) :

ويجب أن نوضح أن عملية اختيار الموضع تشبه عملية اختيار الموقع ، ولكن على نطاق ضيق ، وتتطلب بيان تكلفة الأرض ، وتجهيزها وبنائها ، وتكلفة نقل العمالة والآلات والخامات ، ولتحديد الموضع (الأرض) المناسب لا بد من توافر بيانات مثل : خرائط تفصيلية عن التكوين الجيولوجي للأرض والارتفاعات ، والمستويات ، المظاهر الطبيعية (بحار - أنهار) التربة ، قرب الأرض من وسائل النقل المختلفة لنقل العمالة - والمنتجات ، كذا قرب الموضع من مراكز الطاقة[1] ، ويجب أن يتم وضع جميع العناصر التي ساهمت في دراسة الموقع ، عند دراسة الموضع ، أى تلك الخاصة بتكاليف الدراسة ، كذا فإن اختيار الموضع يرتبط ارتباطاً كبيراً باختيار الموقع ، ولكن بشئ من التحديد ، فإنشاء مشروع فندق سياحي في البحر الأحمر ليس النهاية ، بل أين يقع هذا الفندق (في الغردقة شرقاً أو شرم الشيخ غرباً) هو معناها دراسة الموضع .

---

(١) انظر بالتفصيل كل من - عزمي مصطفى على ص ١٧٨ - د. سمير محمد عبد العزيز - مرجع سابق ص ١١٧ وما بعدها

والآن كيف يمكن تطبيق العناصر التي تم أخذها في الاعتبار عند دراسة الموقع ، ليتم تطبيقها عند دراسة الموضع (الأرض) .

يجب أن نعلم أن الدراسة الفنية للموضع هى دراسة توازنية . بمعنى أنه يجب الاستفادة من الدراسة اللاحقة والدراسة السابقة لكل مرحلة ـ مثلاً : دراسة رأس المال الثابت يجب أن ترتبط بدراسة السوق للاستفادة منها في تحديد كل من :

١ـ حجم الطلب .

٢ـ الطاقة الإنتاجية المناسبة

٣ـ توزيع العرض والطب على السوق .

وترجمة تلك المعطيات من أجل معرفة شكل السوق جغرافياً ونوعياً ، وبالتالى تكوين فكرة عن الموقع (قرب فجوة جغرافية معينة) .

- الإحاطة علماً بكمية الطاقة الإنتاجية ، يحدد سعة المشروع (دراسة توازنية) .

ـ الإحاطة بدراسة السوق بالنسبة للموقع والموضع ، قد يغير من الطاقة الإنتاجية ـ فاختيار الموضع فى الساحل الشمالى ـ قد يختلف عن اختياره فى العامرية مثلاً (دراسة توازنية) .

- وعليه تكون تكلفة رأس المال الثابت تتكون من التكلفة التى تنفق على العناصر الآتية :

تكلفة الأرض وتجهيزها - تكلفة المبانى والمرافق - تكلفة الخامات - تكلفة الآلات والمعدات - تكلفة التركيبات - تكلفة وسائل النقل - تكلفة التأثيث - تكلفة التأسيس . ونقوم بإلقاء الضوء على تكلفة التأسيس - حيث تتطلب دراسة خاصة تختلف عن سابقتها [١].

ثالثاً : تكاليف المشروع :

مصادر تمويل المشروعات السياحية :

على الرغم من أن المشروعات السياحية تشترك مع معظم المشروعات في بعض مصادر التمويل ، وذلك مثل القروض مثلاً ، إلا أن تلك القروض التي تعتمد عليها المشروعات السياحية لها أيضاً طابعها الخاص ، الأمر الذي جعلنا نتجه إلى سرد مصادر تمويل المشروعات السياحية على نحو مستقل ، حتى تصبح الرؤية أمامنا واضحة من حيث مصادر التمويل بشكل عام ، وبصفة خاصة في بعض المشروعات ذات الطابع الخاص (مشروعات سياحية)

---

(١) لمزيد من التفاصيل انظر مهندس / عزمي مصطفى - مرجع سابق ص ١٨٠ - ٢٠٧ (دراسة تفصيلية فنية عن الموضع) .

وعلى ذلك تكون مصادر تمويل المشروعات السياحية على النحو التالي :

١ـ التمويل الأجنبي للمشروعات السياحية .

٢ـ التمويل السياحي طويل الأجل .

٣ـ تنوع مصادر التمويل السياحي .

٤ـ التمويل الحكومي للمشروعات السياحية .

٥ـ التمويل الموسمي للنشاط السياحي .

١ـ التمويل الأجنبي للمشروعات السياحية (١):

تتصف المشروعات السياحية بخاصية ارتفاع مستوي التكنولوجيا في منتجاتها . بمعنى أن تكلفة إنشاء تلك المشروعات تحتاج لاستقدام تكنولوجيا ذات تقنية مرتفعة . تلك التي بسبب تحتاجها مستوى الخدمة في المشروعات السياحية . كما أن استيراد السلع المعمرة والأجهزة اللازمة لإدارة الفنادق والإنشاءات السياحية الكبرى تحتاج إلى سلع مستوردة من الخارج . الأمر الذي تظهر أمامنا حقيقة واضحة . وهو أن النشاط السياحي يحتاج إلى عملات حرة كثيرة تحقق لهذه المشروعات النجاح المطلوب . ولما كانت الدول

---

(١) د. حمدي عبد العظيم ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٦٠٠ وما بعدها .

النامية ليس لديها رصيد من العملات الحرة تكفي لشراء التكنولوجيا أو لشراء الآلات والمعدات اللازمة ، لذا فإنها تتجه للحصول على النقد الأجنبي من البنوك الأجنبية من خلال أسعار مرتفعة ، وهو ما يعكس ارتفاع تكلفة تمويل المشروعات السياحية بفضل هذا التمويل الأجنبي .

٢ـ التمويل السياحي طويل الأجل :

تعتبر المشروعات السياحية ، من المشروعات السياحية التي تحتاج إلى استثمارات في الأصول الثابتة المرتفعة القيمة ، مثل الأراضي والعقارات والسيارات الفارهة ، وأجهزة المطاعم ، ونظام اتصال مرتفع التكنولوجيا ولا شك أن تلك الاستثمارات تحتاج إلى تمويل كبير لا يتوافر لدى تلك المشروعات ، كما أنه لا يمكن أن تتحقق عن طريق القروض قصيرة الأجل ، ومن أجل ذلك نجد أن المشروعات السياحية تبحث دائماً عن القروض بشروط طويلة ميسرة تتلاءم مع طبيعة نشاطها الذي لا يتفق مع القروض قصيرة الأجل التي غالباً ما تتصف بارتفاع سعر الفائدة هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن القروض طويلة الأجل تتفق مع طبيعة استرداد الإيرادات السياحية ، وهي غالباً ما يتصف بطول الفترة ، لذا فإنها تبحث

دائماً عن تلك القروض التي يمكن أن تسددها خلال فترة الإيرادات الموسمية .

٣ـ تنوع مصادر التمويل السياحي :

من حيث المبدأ فإن النشاط السياحي يتصف بتنوع مصادر تمويله ، وذلك ما بين الاعتماد على القروض طويلة الأجل نظراً لما يتصف به النشاط السياحي من طول فترة استرداد رأس المال المستثمر . وهو ما يتماشى مع طبيعة القروض طويلة الأجل ، من ناحية أخرى ونظراً لأن النشاط السياحي يحتاج إلى رأس مال ضخم وكثرة متطلبات واحتياجات هذا النشاط ، فإن ذلك يجعل القائمين على النشاط يتجهون نحو الاستعانة بالمساعدات الحكومية إما في شكل اشتراك في الإدارة ورأس المال ، وإما في امتلاك المشروعات كلية وتشغيل العمالة ، إلا أن ذلك بلا شك يضعف من طبيعة النشاط السياحي الذي يعتمد دائماً على المشروعات الخاصة ، ومن ناحية أخرى فإن المشروعات السياحية تحتاج دائماً إلى نقد أجنبي لإمكانية استقدام التكنولوجيا المطلوبة والتي تحتاجها دائماً مستوى الخدمة في المشروعات السياحية ، كذا المتطلبات الخاصة بالفنادق والقرى السياحية ، وهي دائماً سلع مستوردة ، ولما كانت الدول النامية لا

تمتلك من تلك العملات إلا القليل ، فإنها تتجه إلى الحصول على تلك العملات من البنوك الأجنبية ذات الفائدة المرتفعة ، وهو أيضا ما يضعف من وضع الشركات العاملة في مجال السياحة .

ومن هنا وعلى الرغم من تنوع مصادر التمويل للمشروعات السياحية إلا أنها تبقى ودائماً ذات طبيعة مستقلة في أدائها علاوة على أنها ذات النشاط الموسمي ، ونقترح بأن تعتمد المشروعات السياحية على إدخال الشركات متعددة الجنسيات كشريك برأس المال والخبرات المتمثلة في الخبراء السياحيين وبشرط أن تكون الإدارة ملكاً للدولة المضيفة على أن تحصل تلك الشركات على مقابل مادي علاوة على الأرباح الناتجة عن الاشتراك في رأس المال ، وبشرط تدريب العمالة الوطنية على جميع أنواع التقنية العالية التي تحتاجها تلك الشركات والمشروعات ذات الطبيعة الخاصة .

٤ـ التمويل الحكومي للمشروعات السياحية :

عندما تعجز المشروعات السياحية الخاصة عند تلبية متطلبات التمويل ، فإنها تتجه إلى المؤسسات والهيئات الحكومة لتشاركها في تمويل تلك المشروعات . أو قد تنفرد الحكومة فتتملك تلك المشروعات . ونلاحظ أن مشاركة الحكومة في تمويل المشروعات السياحية تعتبر

مشاركة بمعدلات كبيرة . إذا نظرنا إلى نسبة التمويل الحكومي إلى إجمالي التمويل السياحي . وخصوصاً في الدول النامية ، ويقل هذا التمويل الحكومي في الدول المتقدمة .

٥- التمويل الموسمي للنشاط السياحي .

عادة ما يتم إنشاء المشروعات السياحية على مراحل ، وهو ما يعكس خطة التمويل التي تتصف بصفة الموسمية ، إذ قد تحتاج تلك المشروعات إلى تمويل خلال شهر أو ثلاثة أشهر مثلاً ، للإنفاق على أفواج سياحية قادمة للإقامة في الفنادق ، أو زيارة الأماكن السياحية في حالة قيام السياح بدفع جزء من المقابل المادي إلى حين الإنتهاء من الزيارة ، وهو ما يجعل الشركات السياحية تقترض من البنوك لتمويل نشاطها خلال الموسم السياحي ، ثم تقوم بسداد القروض والفوائد بعد تحصيل الفائض من الإيرادات ، ويجب أن ننوه أنه يوجد فترات تخلف من النشاط السياحي بالمرة ، ومن ثم لا تحتاج تلك المشروعات إلى تمويل فتتوقف إلى حين الاستعداد للموسم السياحي المقبل .

ومن هنا نجد أن تمويل المشروعات السياحية تنفرد ببعض أنواع مصادر التمويل التي تختلف على مصادر التمويل العامة . إلا

أن ذلك لا يعني أن المصادر العامة التي أفردناها في مصادر تمويل المشروعات لا يستفيد بها المشروعات السياحية ، بل يستفيد منها مثلاً في الحصول على الآلات بشروط الأجل كما في شروط ائتمان الموردين ، أو شروط الإكتراء في حالة الحصول على تجهيز فندق سياحي بالكامل وفقاً لشروط الإكتراء ،إلا أن الشروط التي خصصناها بالنسبة للمشروعات السياحية ، لا تنطبق على المشروعات الاستثمارية بصفة عامة ، ولكنها تخص فقط المشروعات السياحية بطبيعتها الخاصة المستقلة .

ولا شك أن تكلفة التمويل تعتبر من العناصر الهامة التي يجب دراستها بكل دقة حتى تكون بمثابة عنصر نجاح وليس عنصر فشل ، ولا شك أن تكلفة تمويل المشروعات بصفة عامة تتحدد في الآتي :

تكلفة التمويل Cost of financing :

إن تكلفة التمويل - الذى يحصل عليها المشروع ، إنما يتوقف على نوعية هذا التمويل ، فتكلفة القروض ، تعتبر أقل تكلفة يمكن أن يعتمد عليها المشروع ، وذلك لأن درجة المخاطرة في القروض أقل - من درجة مخاطر الأسهم هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإن

أقساط فوائد القروض ، تخصم من الأرباح الخاضعة للوعاء الضريبى ، وهذه ميزة أخرى تنفرد بها تمويل القروض .

ويجدر بنا أن ننوه ـ أنه فى حالة الاقتراض فإن الفائدة المستحقة للبنوك ثابتة المقدار . والشركة ملتزمة قانوناً بدفع تلك الفوائد ، سواء حققت أرباحاً . أو لم تحقق ، أما حاملى الأسهم ، فإن الشركة غير ملتزمة برد أموال الضمان إلا فى حالة واحدة ، وهى حالة تصفية الشركة ، وهذا يقودنا إلى أن القرض ، كمصدر من مصادر تمويل المشروع ، أرخص تكلفة بكثير من أى مصدر تمويلى آخر ، وإذا كانت تكلفة الأسهم المتازة أرخص من تكلفة الأسهم العادية ، إلا أنها ليست أرخص من تكلفة القروض[1] .

وجدير بالذكر أنه فى معظم الأحوال ، فإن معظم المشروعات لا تنظر إلى معيار تكلفة التمويل ككل ، بل تنظر إلى تكلفة تمويل القروض على حده ، لأنها أقل تكلفة بالنسبة للمشروع ، ولكن من الأجدر أن ينظر إلى معدل التكلفة الكلية للتمويل . أى تكلفة التمويل بصورة عامة وشاملة . بحيث يتم احتساب النسب المختلفة للتمويل وهل هى قروض محتجزة. حيث أن رفع نسبة التمويل بالقروض .

---

(١) د. سمير محمد عبد العزيز ـ دراسة الجدوى ـ مرجع سابق ص ١٧٥ وما بعدها

يضعف من مركز المساهمين . ويؤثر على مستوى أرباحهم ، كذا يؤثر على موقف دائنى الشركة ، لذا فإن دائنى الشركة لا يسمحون بإعطاء قروض أخرى إلا برفع سعر الفائدة من جديد ، وبالتالى يؤثر على المركز المالى للشركة .

لذا فلا بد للشركة أن تضع أسقف معينة لنسبة القروض ، وتقلل التكلفة الكلية للأموال ، وذلك بعمل مزيج من أموال الاقتراض ، وأموال الملكية بنسبة معقولة ، فترفع بذلك القيمة السوقية للسهم إلى أعلى ما يمكن ـ وذلك عن طريق وضع مدى لنسبة أموال الاقتراض.

أما تكلفة أموال الملكية ، فتتضمن تكلفة إصدار أسهم جديدة ، وتكلفة الفائض المحجوز ، وعلى الرغم من أن تكلفة القروض أقل من تكلفة النوعين السابقين ، إلا أن تكلفة الفائض المحجوز أقل من تكلفة الإصدار الجديد للسهم ، لأن أصحاب الأسهم يدفعون ضرائب شخصية على الأرباح الموزعة ، فى حين لا تدفع ضرائب على الأرباح غير الموزعة (الفائض المحجوز) ومن هنا يكون الفائض المحجوز ، أفضل من إصدار أسهم جديدة.

ولكن بلا شك أن كل هذه العناصر التي تم دراستها في جدوى المشروع السياحي لا يمكن أن يغنينا عن الدراسة الحكومية (الدخل

الحكومي) لمشروعات السياحة ، ولذلك ضرورة تشكيل هيئة يمكنها النهوض بالمشروعات السياحية من خلال وضع حدود وضوابط للعملية الاستثمارية ، كذا توجيه الادخار نحو المناطق الأثرية منعاً للتضارب في تلك الأسعار ، أى عدم اختلاف الأسعار من منطقة إلى أخرى .

فعلى الرغم مثلاً من امتلاك مصر على ثلث آثار العالم ، إلا أن نصيب مصر من السياحة العالمية لا يتجاوز ٥ ٪ من ما هو مطلوب في الحركة السياحية العالمية ، ومن أجل ذلك يجب الاتجاه إلى وضع ضوابط سياحية عامة ، فمثلاً نجد أن السياحة الثقافية كانت تمثل في الماضي ٨ ٪ من الطلب السياحي والترفيهية كانت تمثل ٢٠ ٪ فقط من الطلب السياحي بصفة عامة (السياحة الثقافية كل الآثار والترفيهية تمثل المنتج السياحي) .

ومن أجل الحصول على طلب سياحي عالمي متطور ، فيجب معالجة تلك السلبيات التي تتصف بها السياسة السياحية . من حيث وضع خطة عاجلة قصيرة الأجل وأخرى طويلة الأجل . فالخطة القصيرة تتبلور في ضرورة التعاون حكومة وأفراد في سبيل نجاح العملية السياحية تبدأ من وزير السياحة وتنتهي بالمواطن

الفرد ، فالسفارة لها دور كبير بالتعاون مع المكاتب المنشأة في الخارج في وضع سياسة أخلاقية للسياحة في الدول النامية بصورة عامة وفي مصر بصفة خاصة ، ولا بد من التنسيق بين القطاعات بخصوص تحديد أسماء المزارات السياحية لأن كل موقع يحدد السعر الذي يراه مربح بالنسبة له ، ولا شك أن ذلك يرهق السائح ويحدد إقامة تواجده على أساسه .

أما الخطة الطويلة ، فيجب وضع خطة طويلة للنهوض بالسياحة في مصر تعتمد على الإنشاء والتعمير للمناطق السياحية الجديدة وخاصة في مناطق مرسى مطروح والبحر الأحمر والساحل الشمالي ، ولا بد من تشكيل هيئة عليا تضم قطاعات السياحة والآثار والمحليات وقطاع الأعمال السياحي والاهتمام بالمرافق في المناطق السياحية الجديدة ، كما أن بيع الأراضي للمستثمر السياحي تتم بطريقة عشوائية دون وضع قيود على عملية البيع ، تلك الظاهرة التي تتم في الوقت الحالي ولا شك أن أسعار تطوير تلك المرافق وإنشائها يجب أن يضاف إلى أسعار الأراضي وذلك لتكون بمثابة إتمام عملية الإنشاء والتعمير بصورة كاملة ، وفورية دون تعطيلها ، وما دام المستثمر عنده الرغبة في شراء تلك الأرض لاتمام العملية

الاستثمارية فلن يضره ولا يثنيه عن رغبته أن يضاف أسعار تلك المرافق إلى ثمن الأرض ذات الأسعار الضئيلة ، كما أننا يجب أن ننظر إلى أسعار التأشيرات والرسوم بحيث تكون تلك الرسوم رمزية لأى مكتب سياحي وجعلها ضمن إنفاق السائح داخل الدولة وليس خارجها ، وعندما تكون السلعة المعروضة (السياحة) بسعر معقول فإن الطلب سيكون كبيراً (الجذب السياحي) .

كما أن الدخل السياحي يجب ألا ينفق على مصادر غير استثمارية ، ولكن يجب استخدام تطوير البنية الأساسية لكل القطاعات السياحية والاستثمارية حيث أنها ضمن مصادر نجاحه ، فإذا كانت بنية متهالكة فلاشك أن ذلك سيكون بمثابة فشل لتلك المشروعات ، وبنية المشروعات السياحية تتمثل في المطاعم والمحلات السياحية ، بالإضافة إلى المرافق التكنولوجية كالاتصالات والنقل[1] .

كما يجب تغيير القوانين المنظمة للمشروعات السياحية ، لأن تلك القوانين لا زالت عقبة أمام المشروعات السياحية ، ويجب وضع ضوابط على سعر الصرف السياحي بحيث تكون في أقل أسعاره

---

[1] د. علي الشامر ـ الأهرام الاقتصادي ـ العدد ١٣٠٣ ص ٤٩

في الموسم السياحي لزيادة جذب السائح . وبالتالي زيادة الدخل السياحي .

الفصل الثالث
مقومات تطوير النشاط السياحي
كأحد العناصر الأساسية لعملية التخطيط

لابد أن ننوه أن النشاط والاستثمار السياحي له دور ذو معايير وعوامل زئبقية ، فليس له حدود قصوى ، أو حدود دنيا يمكن التوقف أمامها ، حتى نستطيع أن تقول أننا قد قدمنا كل ما لدينا من تخطيط ، والآن ننطلق بكل قوة نحو جنى الثمار .

إن النشاط السياحي لا يمكن أن يتوقف عند عتبة معينة ، كشمس عتبة الرخاء لذلك النشاط ، بل هو متقلب المزاج ، وتعوزه متابعة مستمرة ، وخلق معايير جديدة تستند على المصداقية والتطور . وتكون على علم مستمر بالمستجدات الحديثة فى ذلك المجال الحساس ، بل الأكثر حساسية ، فقد نجد فجأة أن حركة السياحة فى مكان ما قد أخذت إلى الميل نحو الانخفاض ، ولا يعرف السبب الظاهري ، وقد نجد فجأة وبلا مقدمات أماكن أخرى ازدهرت . وأخذت أسواقها تمتلأ ، ويكون السبب ليس ظاهرياً ، بل هو تخطيط فى العمق .

لذا فمن أجل تطور النشاط السياحي ، الذي هو أحد المحددات الرئيسية للدخل القومي في الوقت الحالى ، يجب أن نتجه نحو تنشيط بعض المقومات الأساسية التى تعبر البوابة الرئيسية لنجاح العملية السياحية ، وذلك وفقاً للمعايير الأساسية الآتية :

١- تطوير أسس القطاع العام فى مجال الإدارة الفندقية[1] :

نظراً لأن طبيعة النشاط السياحى ، يتطلب متابعة المستمدات الحديثة والعالمية ، ونظراً لأن القطاع العام دائماً ، يتميز بالبطئ فى حركة التغير نظراً للوائح والقوانين التى تحكم القطاع ذلك القطاع ، لذا ووفقاً لما هو متبع فى مجال السياحة من تطوير مرافقه باستمرار ، يجب اتخاذ الآتى فى مجال لسياحة التى يسيطر عليه مؤسسات القطاع العام :

أ - وضع لائحة خاصة للعاملين بقطاع السياحة فى القطاع العام تختلف عن تلك اللائحة التى تنطبق على العاملين فى ذلك القطاع بصفة عامة ، نظراً لخصوصية هذا القطاع الذى يمد الدخل القومى بتدفقات نقدية أجنبية ، لها أثر فعال فى حركة الاقتصاد القومى .

---

(١) د. وفاء أحمد عبد الله - تخطيط الخدمات السياحيه - معهد التخطيط القومى - مذكرة داخلية رقم ٦٦٨ - القاهرة ١٩٧٩

ب ـ التنسيق بين الجهات الرقابية المختلفة ، للحد من تعدد عملية الرقابة على النشاط الفندقي ، بل يجب وضع سياسة محددة بجعل الرقابة على ذلك القطاع من اختصاص جهة رقابية واحدة ، وتخص وزارة السياحة ، أى يتم خلق جهاز رقابى سياحى ، لا يتدخل فيه أى جهاز رقابى خاضع لأى جهة قانونية أخرى على أن تقوم تلك الجهة برفع تقاريرها إلى الجهاز المركزى للمحاسبات كل عام ، مشفوعة التقريرات .

ج ـ اصدار تشريعات خاصة ، بالقروض المالية والإدارية فى النشاط السياحي ، بحيث تكون تلك النواحى تحت سيطرة مسئول واحد ، ويكون تلك التشريعات تعطى لهذا المسئول التحرك بحرية مطلقة فى اتخاذ قراراته ، وتجديد الأنظمة الإدارية الأكثر تطوراً ، على أن يكون كل ما يحقق من أهداف ، ومستجدات خاضع للمسئولية الإدارية والقانونية فى حالة تقاعسه عن تحقيق الهدف .

٢ ـ تقييم الخدمات السياحية التى تقدم للسائح ومحاولة تعديلها بتكلفة مناسبة تعطى معيار للمنافسة العالمية :

حيث أن السائح عندما يأتى إلى بلد سياحى ، فإنه ينقل الصورة إلى مواطنى بلده ، فعلى الرغم من أن السائح يلقى عناية خاصة فى المعاملة من الشعب والحكومة ، إلا ان أهم

الاعتبارات التي يجب وضعها فى الاعتبار هى الخدمات التى تقدم للسائح ومدى الشعور بالأمان فى تلك البلد .

ويجب ان تقدم تلك الخدمات بأسعار منافسة ، لذلك يجب أن تكون سياسة التسعير من أهم العناصر التى يجب الاهتمام بها فى مجال التنمية السياحية (١) .

كما أنه يجب الاهتمام بالخدمات ذات المستوى المتوسط من حيث النوعية والسعر . بحيث تتلاءم مع الأفراد السائحين ذوى الدخول المتوسطة ، فنجد مثلاً أن أسعار الطائرات فى ارتفاع مستمر ، لذا يجب العناية بالسياحة البرية ، والسياحة النهرية ، وذلك من حيث الكيفية والكمية ، فيجب العناية بمرافقها ، ويجب إدخال نظام التكييف المركزى لكل درجاتها . كذا أن تكون أسعارها مناسبة . ولا تثقل الأشخاص من ذوى الدخول المتوسطة ، ومن ناحية أخرى يجب الاهتمام بالفنادق ثلاث نجوم ، والتقليل من فنادق الخمس نجوم . والاتجاه نحو إنشاء منشآت تتناسب مع المرحلة العمرية الشبابية كبيوت الشباب . أو البيوت الدولية . كذا محاولة خلق وسائل انتقال سياحية . بأسعار معقولة . فليس كل سائح يستطيع

---

(١) د. سميه محمود خلف الله ـ اقتصاديات السياحة فى مصر ـ مرجع سابق ص ٣٨

أن يستخدم الليموزين السياحى طوال فترات وجوده . وفى نفس الوقت يجب تخصيص تلك الوسيلة الانتقالية وعدم استخدامها فى المواصلات العامة ، تلك التى تتعرض طوال العام للإهمال ، ونصل إلى مستوى ردئ لا يتناسب مع ضيوف جاءوا ليقوموا بدور هام فى زيادة الدخل السياحى الذى هو جزء من الدخل القومى[١] .

٣ - تطوير الإعلام السياحي :

يتحمل الإعلام السياحي دوراً فعالاً فى تنشيط حركة السياحة ، وتنشيط حركة الاستثمار فى ذلك المجال الهام ، ونظراً أنه وكما قلنا لتقلبات الاستثمار فى ذلك المجال ، لذا فقد اتجهت الحكومة نحو اتخاذ مواقف حاسمة فى مجال تنشيط السياحة والاستثمار السياحى ، ألا وهى فكرة القوافل السياحية إلى الدول الأوروبية . والعربية ، من اجل التسويق للسياحة والاستثمار السياحى فى مصر ، بصفة خاصة ، حيث تم إعداد ملف للقافلة التى تحتوى على مطبوع جديد يشتمل على فرص الاستثمار السياحي ومناطق التنمية السياحية ذات الأولوية ، ومطبوع آخر عن بحوث مزايا وتسهيلات الاستثمار التى توفرها مصر للمستثمرين العرب والأجانب - كما

---

(١) د. جمال الناظر - الإدارة المصرية فى القطاعات السياحية - مؤتمر جماعة خريجى المعهد القومى للإدارة العليا - ١٩٨٢

تضمن الملف نشرة احتوت على الدعوة إلى زيادة السياحة إلى مصر في إطار تشجيع السياحة العربية إلى مصر . وتهدف تلك القوافل بصفة عامة إلى التواصل المستمر في تحقيق السياحة والاستثمار السياحي في مصر بين الدول العربية ومصر نظراً لما لمصر من وضع خاص لدى الأخوة العرب . وتشجيع مزيد من الاستثمارات العربية السياحية . وحث أجهزة الإعلام العربي على عدم الوقوع في مناخ بعض أجهزة الإعلام الغربية والتي تتجه نحو التهويل والمبالغة عن الوضع المصري بسبب بعض حركات الإرهاب التي حدثت مؤخراً في مصر وخصوصاً ما حدث في شرم الشيخ في يوليو ٢٠٠٥ [1] .

٤ ـ التسويق العالمي للسياحة العلاجية :

لقد حاب الله مصر ببيئه طبيعية رائعة الجمال . ورمال ساحرة بها من الخصائص العلمية والطبيعية ،لم تتوافر في أي دولة في العالم ، لقدرتها على علاج بعد الأمراض المزمنة مثل الروماتويد والصدفية . بعد أثبتت بعض الدراسات أن تلك الأمراض تشفى بنسبة ٦٠٪ . ويتطلب العلاج الاستمرار ثلاثين يوما كفترة علاج . إن تلك الرمال التي تتميز بها منطقة سفاجا المصرية في منطقة البحر

---

(١) سعيد شلش ـ برامج سياحية متنوعة ـ الاهرام الاقتصادي ـ مرجع سابق ص ٦٢

الأحمر ، تعطى مناخا علاجيا متخصصا ، فلا بد من عمل الدعاية الجيدة لإستثمار تلك الظاهرة القديرة والتى يمكن أن تكون وسيلة علاج عالمية ، ويتطلب ذلك زيادة القدرات التنافسية لذلك النوع من السياحة المتخصصة من خلال إنشاء شركات لإدارة المرافق العامة والخاصة بالمناطق السياحية والتركيز على السياحة العلاجية وتزويدها بخدمات البرق والتليفونات المحمولة ، وعلاوة على رمال سفاجا ، يوجد منطقة بدر، حيث المدن الطبية المتخصصة لعلاج الأمراض العصبية ، من خلال توفير الجو المناسب الهادىء، علاوة على خلق وإنشاء قرى سياحية تتخصص فى نقاهة المرضى(١)

٥ ـ رفع مستوى العمالة السياحية :

تلعب العمالة السياحية المثقفة والمدربة ، دورا هاما فى تنشيط وجذب السياحة إلى مصر والدول النامية ، وذلك من خلال خلق مراكز تدريب الشباب المثقف المؤهل على أعمال السياحة ، والتوظيف السياحى يتطلب فئه معينه مؤهليين تعليميا ونفسيا وذلك من خلال زيادة درجة الثقافة السياحية والفندقية بإطلاعهم على

(١) د/مصطفى عبد الفتاح الطمبداوى – المؤتمر العلمى الدولى العشرون – مرجع سابق

اخر التطورات العالمية مع الحث بكل قوه على حدود إجادة اللغة الإنجليزية ، وهي وسيلة التفاهم بين العاملين والسياح .

رفع مستوى التعليم السياحي الجامعي بدعم إمكانيات كليات ومعاهد السياحة والفنادق . وتدريس مواد السياحة في كليات التجارة والآثار والإعلام . والعمل على تشغيل تلك الفئة فور تخرجهم ، وتشجيع سفر هؤلاء الطلبة إلى أوروبا في الصيف . لزيادة الاحتكاك بالأجانب وإكتساب اللغة ، ومعرفة عادات وتقاليد الغرب لسهولة التعامل معهم مستقبليا ، وخلق نوع من الود والمحبة بين الشعوب .

الاهتمام برجال شرطة السياحة بوزارة الداخلية والعمل على إتقان رجال شرطة السياحة للغات الأجنبية ، وضرورة سفرهم إلى الدول الأجنبية للإطلاع على أعمال رجال الشرطة السياحية في الدول الأوروبية [1] .

---

[1] المجالس القومية المتخصصة – دراسات وتوصيات ١٩٨٣ .

٦ - تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية السياحية [(١)] :

إ ذا كانت هناك عدة عوامل ومعايير لابد من توافرها لإنجاح العملية الاستثمارية . واجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية وإذا عرفنا أن تلك العوامل تتمثل في :

الأمان ،والسيولة ،والعائد فعلى جميع الدول النامية أن تعمل على تهيئة المناخ المناسب للاستثمار الأجنبي في المجالات السياحة وإنشاء عوامل الاستقرار الإقتصادى والسياحى فيها .والعمل على حماية رؤوس الأموال الأجنبية ضد التأمين والمصادرة، مع وضع قواعد منتظمة لتحويل أرباح المستثمرين ، من خلال تعديل قواعد التشريعات السياحية ، وقوانين الاستثمار مع منح المستخدمين الأجانب في مجال السياحة إعفاءات ضريبة ولكنها يجب ألا تكون إعفاءات مطلقة ، بل لابد أن تكون قصيرة ، لتحقيق زيادة في الدخل القومي ، وإنشاء المشروعات التي ترغب الدولة في إنشائها والتي يجب أن تضيف جديدا إلى الاقتصاد القومى ، وتمنع المشروعات الغير مرغوب فيها ، والتأكيد على تشجيع مشروعات السياحة العلاجية ، وسياحة الاستجمام وهى أنواع من السياحة التي يجب الحث على

---

(١) د/ نبيل شحاته الروبي – التنمية السياحيه – مرجع سابق ص ١٤٥

تشجيع الاستثمار فى مجالاتها العديدة • حيث أنها مورد هام لتحقيق زيادة في الدخل القومي .

٧ ـ الإهتمام بدور مكاتب السياحة بالخارج [١]

من أهم وسائل الدعاية للنشاط السياحى الدولى ، هو دور المكاتب السياحية في الخارج ، والتى تتمثل فى القيام بدور الجذب السياحى للدولة المضيفة ومن خلال العلاقات والصداقات التى تقوم بها تلك المكاتب مع الدول الراغبة للسياحة ، ومن خلال المميزات المحددة لتلك المكاتب .

ومن أجل ذلك يجب زيادة نشاط تلك المكاتب ، ماديا ومعنويا وذلك لزيادة دورها التنشيطى ، ومن أجل خلق العلاقات القوية بين الصحفيين ، ومع المسئولين عن مراكز التأثير فى الحركة السياحية داخل السوق السياحى .

كما أن الدور الرئيسى لتلك المكاتب ينحصر فى دراسة الأسواق الخارجية للسياحة من حيث الميول والرغبات الكافية والظاهرة بين أفراد المجتمعات الخارجية ، كذا الإشتراك فيالمؤتمرات والمعارض

---

(١) د/ عبد الكريم الأحول - التنمية السياحية في مصر مشاكلها ومستقبلها – مؤتمر تنظيم السياحة ١٩٨٣

والمناسبات المتخصصة المحلية والدولية المتصلة بسوق العمل و استغلال فنون العلاقات العامه على أوسع مدى لاستثمار فرص اللقاء . ومن ناحية أخرى تقوم تلك المكاتب بمتابعة الاتفاقيات السياحية بما تهدف الى زيادة الحركة السياحية .

٨ـ تنمية وتطوير سياحة الغوص ، والسياحة النيلية فى مصر :

تعتبر السياحة النيلية أحد المنتجات السياحية الفريدة والتى لا مثيل لها في العالم ، وتنمية وتطور هذا المنتج الفريد يؤدى إلى تخفيف العبء على إنتقال السياح بالسكك الحديدية والطرق البرية ، ويؤدى إلى إطالة الليالى السياحية التى يقضيها السائح فى مصر لإحتياجة إلى زيادة الطاقة الاستيعابية للسياح فى مصر .

كما تمثل سياحة الغوص فى مناطق جنوب سيناء ،والبحر الأحمر والإسكندرية نحو ٣٠٪ من السياحة الوافدة إلى مصر وتجلب هذا النوع من السياحة دخلا مرتفعاً ، خاصة أن الممارسين لهذا النوع من السياحة من أصحاب الدخول المرتفعة ، وتعتبر سياحة الغوص من أكثر أنواع السياحة نموا فى العالم إلا أنه من أهم معوقات سياحة الغوص ، فرض رسوم متعددة على نشاط سياحة الغوص فضلا عن إرتفاع الرسوم الجمركية المفروضة على معدات الغوص .

٩ ـ وضع خطة تنشيطية لمعالجة سلبيات الماضي .

لاشك أن القطاع السياحى ، يتعرض لبعض الأزمات التى قد تؤثر فيه . ولكن هذا التأثير قد يكون فجائيا . ويزول بزوال أسبابه . وقد يكون لأسباب خارجية . ومن هنا يجب وضع خطة تنشيطية لمعالجة تلك السلبيات والحد من ظهورها من جديد وذلك من خلال :

١- الرحلات التعريفية والتى تهدف الى جذب الإتحادات السياحية الدولية، ومعظم الرحلات العالمية وكذا الصحفيين وخبراء السياحة الدولية، من أجل نشر إمكانات السياحة ومنتجيها المتميزين على المستوى الدولى .

٢- خلق المعارض الدولية والإقليمية. بهدف تعريف المنتج السياحى،على المستجدات الحديثة فى صناعة السياحة الدولية. وإنهاء التعاقدات السياحية بين المنظمات الإقليمية ومثيلها فى الخارج .

٣- تطوير وتنمية المهرجانات السياحية، وما يشملها من نشر المطبوعات **publication** السياحية.والنشرات التى تبرز وجه السياحة بصورة جذابة ورياضة سياحة الشواطىء والتى تتميز

بجمال الطبيعة والسياحة العلاجية فى مصر. والتى لاتوجد مثيلها فى العالم كله .

٤- تنشيط الإعلام السياحى الدولى بكل وسائله المرئية والمسموعة والمكتوبة ،كذا ومن خلال القوافل السياحية، التى تحقق قفزة قوية فى مجال السياحة.

ومن أجل ذلك نقوم بنشر مشروع تخطيطي تم عمل دراسة جدوى اقتصادية له هو مشروع تخطيط مدينة مارينا وذلك على النحو التالي :

مشروع مارينا العلمين السياحى(١)

خصص لهذا المشروع الأراضى الواقعة شمال طريق الإسكندرية مطروح الصحراوى ابتداء من العلامة كيلو مترية ٩٤ إلى العلامة كيلو مترية ١٠٤ ، وتم تنفيذ المرحلة الأولى منه عند الكيلو ٩٤ إلى الكيلو ١٠٠ ، كما تم الانتهاء من مشروع مارينا كله كمنطقة مصيف فقط ، وليس كمنطقة تعميرية سياحية .

وكان يستهدف هذا المشروع فى الثمانينات من القرن الماضى الآتى :

---

(١) د. / عبد الله عبد العزيز عطية ـ السياحة الداخلية ـ البعد العمرانى فى خطة التنمية السياحية بالساحل الشمالي الغربى مجلة البحوث ـ وزارة السياحة عدد خاص ١٩٨٦

١ـ الطلب المحلى على السياحة الشاطئية التى أصبحت فى نمو مستمر .

٢ـ الطلب الدولى على السياحة الشاطئية التى أصبحت فى نمو مستمر للاجانب لقضاء يومين أو أكثر ضمن برنامج زيارتهم لمصر . ويتوقف ذلك على برامج الترويح والتسويق السياحى .

٣ـ الطلب من جانب السياحة العربية ، إذ أكدت الاستقصاءات التى شملت عينة من السائحين العرب . أن نحو ٢٠ ٪ فى ذلك الوقت من العرب القائمين فى مصر على استعداد لشراء وحدات سكنية للإقامة فى الصيف أو استئجار هذه الوحدات لمدة طويلة فى منطقة الإسكندرية أو ما يجاورها من منطقة الساحل الشمالى .

دراسة موقع مشروع مارينا :

من الرجوع لدراسة هذا المشروع والموجود فى المرجع السابق للدكتور عبد الله عبد العزيز عطيه وجد الآتى :

تميز المنطقة بوجود المساحات المائية بجانب المساحات الأرضية . أى أنها فرصة لإنشاء مركز رياضى متنوع الأنشطة ، وخاصة فيما يخص الرياضات البحرية ، ولاشك أن منطقة الإسكندرية هى أم المنطقة العسكرية البحرية . مع وجود فرصة لإنشاء مزرعة سمكية

ذات طبيعة سياحية خاصة ، وعمل منطقة تشجير تعطى للمنطقة جمال فوق سحرها الطبيعي ، وقد حصلت مصر بعد ذلك على منح وقروض لتشجير منطقة الساحل الشمالى ، وكان هذا هو الدافع لوصول منطقة مارينا الآن من جمال ومزار سياحى رائع ، ولكن تنقصه التعمير الإسكانى .

تميزت المنطقة بمقومات طبيعية هامة ، صفاء المياه وجمال ونقاء الرمال ، والهدوء والسكينة والبعد عن التلوث ، بعد المنطقة عن وسائل المواصلات ونفايا المصانع ، وهى بلاشك مقومات ذات أهمية خاصة فيما يتعلق بتقييم المشروع من الناحية الاقتصادية .

كذا قرب المشروع من منطقة العلمين ، حيث مقابر حلفاء الحرب العالمية الثانية ، وهى تتمتع بعامل جذب سياحى له أهمية خاصة ، كذا منطقة المقابر والمعاظم الألمانية والإيطالية التى تفتقر إلى التسهيلات السياحية والفندقية التى تغرى بالبقاء فى المنطقة لمدة أطول من مجرد زيارة هذه المقابر والمعاظم المشار إليها .

وقد تم إنشاء فندق العلمين فعلاً بعد ذلك ويعتبر من أهم انجازات تلك المنطقة ، وبعد أن اتجهت دراسة المشروع فى ذلك الوقت بأن تقييمه يعتبر مشروعاً قائداً فى الساحل الشمالى الغربى ،

تجعـل المشـروعات الأخـرى تحـذو حـذوها ، خاصـة إذا مـا حـرص المشروع على توفير مشروعات رأس المال الاجتماعى المناسـب بجانـب مشروعات رأس المـال السـياحى والفنـدقى مـع مراعـاة تـوفير أنشـطة متميزة وخدمات متنوعة تـتلائم مـع امكانيـات المنطقـة ، وفـى هـذه الحالة يمكن للمنطقة أن تحقق أغراضها من حيث الحصول على تدفق من السياحة الخارجية والعربية علاوة على السياحة المحليـة عوضـاً عن الاتجاه إلى السياحة المعاكسة التى تعاظمت معدلاتها فى السنوات الأخيرة وأصبحت تقلق القائمين على إدارة السياحة فى مصر .

ولا يخفى فى أن تعمير هذه المنطقة ، سيحقق تحسين المسـتوى الاقتصادى داخل المنطقة فيما يتعلق بزيادة الـدخول وإيجـار وفـرص عمل ، فضلاً على إحياء الصناعات الحرفيـة التقليديـة ، والصـناعات اليدوية البيئية وغيرها من الصـناعات التـى لا تتطلـب رؤوس أمـوال محددة .

أين هذا التوجه الآن فى عـام ٢٠٠٥ ؟!هـل أنشـئت مشـروعات صغيرة ، هل تم تعمير المنطقة ، هل أنشئت مدارس ، مستشفيات .

إن المنطقة يعوزها بنية أساسية قوية بنيتهـا التحتيـة تعوزهـا مستشفيات سياحية ، بدلاً من المراكز الصحية التابعة لوزارة الصـحة

والتى يرتبط وجودها بالاسعافات الأولية . أين تشجيع السياحة العلاجية فى تلك المنطقة .

وعلى الرغم من أن الدراسة السابقة قد أوصت بأن هذا المشروع . سيعطى بُعداً جديداً لإقليم الساحل الشمالى . وعلى الرغم من أنه قد أنشئ بعد ذلك فندق العلمين السياحى إلا أن هذا لا يكفى لمثل هذه المنطقة الجذابة سياحياً .

وبدراسة تقييم المشروع فى ذلك الوقت يتضح أن المشروع قد بنى تخطيطه على أساس تنمية عمرانية بتبادل جوانب التخطيط والتنفيذ والتشغيل والإدارة كما تأخذ فى حسابها الاعتبارات المعمارية التى تميز به هذا المشروع وتجعله يتمتع بعوامل جذب متميزة للسياحة الشاطئية ، ولا يخفى أن دول شمال أفريقيا قد نجحت فى ممارسة هذه النوعية من السياحة نجاحاً كبيراً (١) .

الطاقة الاستيعابية للمشروع :

تقدر الدراسات التى أعدت عن المشروع أن نصيب الفرد من الشاطئ والطاقة الاستيعابية للمنطقة كما يلى :

---

(١) انظر الفصل الخاص بالتنظيمات السياحية بالباب الأول

عدد الزائرين :

- الإسكان السياحي ٦٢٦٧٢ وحدة × ٥ فرد = ٣١٣٦٠ فرداً .

- الإسكان الفندقي ٣٩٠ حجرة × ٢ فرد = ٧٨٠ فرداً .

عدد الزائرين المقيمين :

بواقع فرد واحد / متر طولي على الشاطئ ١٥٠٠٠ فرداً .

المجموع = ٤٧١٤٠ فرداً . أي أن نحو ٥٠٠٠٠ زائر سنوياً .

نصيب الفرد على الشاطئ في حالة إشغال ١٠٠ ٪

$$\frac{1,385,000}{5000}$$

حيث أوصت الدراسة بتوفير وحدات سكنية من الاسكان السياحي على شاطئ البحر الأبيض قدرت بحوالي ٤٠٠٠ . ٥٠٠٠ وحدة سكنية ، فضلاً عن طاقة فندقية ١٥٠ حجرة .

إذاً نصيب الفرد على الشاطئ في حالة إشغاله ١٠٠ ٪ يكون ٢٧,٣ متر مربع .

- نصيب الفرد في حالة إشغاله ٨٠ ٪

$$\frac{1,385,000}{4000} = 24.6$$ متر مربع

شروط وقواعد استغلال مناطق الساحل الشمالى كما جاءت بدارسة الجدوى :

علاوة على الشروط والقواعد الأخرى ما يخص حماية البيئة الطبيعية ، صدرت مجموعة من القرارات تتناول الشروط والقواعد الخاصة باستغلال مناطق الساحل الشمالى الغربى بصفة خاصة نورد منها مايلى :

١- قواعد واستغلال الأراضى :

يلزم كل من يرغب فى استغلال جزء من الساحل الشمالى الغربى للإسكندرية اعتباراً من الكيلو ١٢ ، حتى حدود مصر الغربية أن يتقدم بطلب إلى وزارة السياحة ، يوضح فيه أهداف المشروع والغرض من إقامته وإن يحدد المشروع على خريطة سياحية مصحوبة بالرسومات التخطيطية والمعمارية والكترونية وفى حالة مشروعات الاستغلال السياحى كالقرى والمدن السياحية يستلزم الأمر تقديم دراسة جدوى للمشروع تقبلها وزارة السياحة حتى يمكن إعتمادها قبل البدء فى إقامة المشروع .

المشروعات التى تقام على الأراضى المخصصة للجمعيات التعاونية للإسكان التى حصلت عليها بالشراء تكون ملكة الأراضى للجمعيات ويحظر تقسيمها وتوزيعها على أعضائها ويكون للعضو

حق الإنتفاع بالمنشأت المبنية فقط ، وتكون الجمعية مسئولة قِبَل الوزارة ، إذا ثم التصرف للأعضاء فى الأرض بالتقسيم ، وتتولى الجمعية نيابة عن أعضائها استغلال هذه المنشأت بمعرفتها أو بمعرفة الغير لصالح الأعضاء .

يخصص الشريط الساحلى بعمق ١٠٠ متر من حد المياه كشاطئ للاستجمام ويحظر إقامة أى منشأت محلية ويصرح فقط بإقامة مراسى للبواخر والمنشأت وما فى حكمها .

يخصص الشريط التالى للمسافة المذكورة بعمق ٥٠٠ متر لأغراض المنشأت السياحية والخدمة الأخرى اللازمة للمشروع .

الشروط البنائية وطاقة الإيواء :

بشرط أن لا تزيد عملية مسطحات المبانى المقامة والمقترحة عن ٢٥٪ من مساحة الأراضى المخصصة للمشروع .

الارتفاعات المسموح بها على الشواطئ لا تزيد على ١٢مترا كأقصى إرتفاع للمبنى ، لا يزيد عدد الأفراد المسموح لهم بالإقامة الدائمة عن ٥٠٠٠ فردا فى الكيلو الطولى للساحل بالنسبة للمناطق السياحية المحلية ، ٣٠٠٠ فردا فى الكيلو الطولى بالنسبة للسياحة الدولية.

تخصص المناطق الجنوبية للمشروع لانتظار السيارات ومخازن الماكينات التى يصدر عند تشغيلها ضوضاء .

يحظر دخول السيارات العامة والخاصة إلى منطقة الشاطئ وتخصص وسائل النقل الخفيفة لنقل الزوار وما يحملون من أمتعة إلى أماكن إقامتهم .

يراعى عند إقامة مشروعات الإقامة أو الترويح الاستفادة بالتخطيط المدرج الذى يتيح الفرصة للمقيمين بالمتعة بمنظر البحر مع إمكانية الاستفادة من الوديان المخصصة فى إقامة المنشآت التى تصلح كمشتى .

المرافق العامة والمشروعات القومية :

اتجهت الدراسة إلى التوجيه بالتوصيات الآتية :

بالنسبة لشبكة المياه سواء عن طريق الآبار الارتوازية أو الرومانية أو مكثفات التحلية أو المفاعلات النووية أو باستخدام أشعة الشمس أو عن طريق شبكة المياه العامة يجب توفير خزانات احتياطية يمكن تزويد المرتادين بالمياه العذبة الصالحة للشرب لمده لا تقل عن ٤٨ساعه على الأقل .

يراعى فى شبكة الصرف الصحى ضمان حماية الشواطئ من التلوث إذ يشترط التخطيط السياحى منع المجارى بواسطة الصرف بالخزانات أو الترنشات التى تشبع بها الأرض بعد مده ، وتتسرب إلى الشواطئ وإلى الآبار فتلوثها ، ويراعى اتخاذ الإجراءات اللازمةللتنقية بالوسائل الميكانيكية المتبعة .

تخطيط المناطق السياحية فى سيناء :

تضم سيناء موارد سياحية هامه، ويتعدد فيها عوامل وخصائص الجذب السياحى، وخصوصا فى منطقة الساحل الشمالي حول العريش والساحل الجنوبى بطول خليج العقبة ، وفى حالة تنفيذ برامج التنمية السياحية ستحظى سيناء بمعدلات لا بأس بها من السياحة الدولية. والعربية والسياحة الداخلية التى تتمثل فى تدفق المواطنين على مناطق الجذب السياحى .

وتشتمل البرامج المعدة للسياحة في سيناء على نوعين من السياحة :

١- السياحة الشاطئية .

٢- السياحة الثقافية وسياحة المشاهدات .

ولعل أن أى تخطيط للمناطق السياحية يتطلب دراسة الطلب السياحى والمعرفة السياحية لتلك المنطقة .

بالنسبة للطلب السياحي فأننا نجد أنه بالنسبة للسياحة الشاطئية يقترح إنشاء نحو ١٠٠٠٠ غرفة فندقية خلال عشرين عاما (معدلات ١٩٩٠) تصل الآن ٢٥آلف غرفة . مع توفير المشروعات السياحية ومشروعات راس المال الاجتماعية (البنية الأساسية) .

كما أنه لا يقتصر على توفير مشروعات على شواطئ البحر المتوسط المثلة في المسافة الواقعة على طول الساحل الشمالي المتاخم للعريش وعلى شواطئ .

أما بالنسبة للسياحة الثقافية فإنه لا يقتصر الأمر في إنشاء مشروعات في منطقة الساحل الشمالي ولكن تشمل أيضاً إنشاء مشروعات في المرتفعات المتوسطة التي يمكنها أن تحصل على تدفق من راغبي السياحة الثقافية وسياحة المشاهدات .

وقد أوضحت الدراسة أن شواطئ البحر المتوسط أكثر جمالا ، وخاصة في منطقة شرق بحيرة البردويل التي تعتبر من أجمل شواطئ العالم أجمع لما لها من جاذبية وجمال يفوق شواطئ أسبانيا واليونان .

ولقد أوضحت الدراسة بتوجيهات محمودة . حيث ركزت على السياحة الشاطئية لما لها من عوامل جذب سياحى تفوق السياحة الثقافية التى تتميز بوجود سائح معين لها .

فى حين أن السياحة الشاطئية ترضى جميع الأذواق علاوة على أن السياحة الشاطئية تتفق مع الإقامة لمدة تتراوح ما بين أسبوع أو أسبوعين .

فى حين أن سياحة الآثار وقتية أو مزارية ، علاوة على ان منطقة سيناء تتميز شواطئها بوجود الشمس الدافئة علاوة على دفئ مياهها طوال العام مما تعد فرصة للسياحة طوال العام (شتوية وصيفية) .

كما توجد منطقة شرم الشيخ وخليج نعامه ، ورأس محمد وواحة ينبع ومن المعروف أن الشواطئ الدافئة تصلح فى استقبال الطلب السياحى من الدول الراغبة للسياحة من دول أوروبا الغربية مثل ألمانيا وبريطانيا وفرنسا وهى ذات الطبيعة الجوية الباردة .

ويلاحظ أن تنمية السياحة الشاطئية ذات المياه الدافئة لسيناء تتوقف فى تزويدها على التسهيلات المناسبة فضلا عن حملات التنشيط السياحى من قبل القوافل السياحية مثل دول أوروبا الغربية

مع الوضع في الاعتبار أن تكون الأسعار مناسبة بحيث تكون لها قدرة تنافسية مع دول العالم الغربي ولقد حبانا الله بمصادر ربانيه لا توجد في دوله أخرى .

وهذه من نعم الله علينا التي لا نعرف قدرها حتى الآن ، فلو أن هذه النعم الموجودة نعرف قدرها لكان حالنا غير ذلك ، ولتحققت الأسطورة الاقتصادية فالنمور الأربعة في شمال شرق أسيا ، قد حققت معجزة اقتصادية بكل المقاييس ، لوجود ميزة نسبية في الأيدى العاملة فقط ، لا رأس مال ، ولا تكنولوجيا منتجة ، تلك الثروة الطبيعية الهائلة لو استطعنا استغلالها ، لتهافت علينا مستثمرين أجانب ليس في شرم الشيخ فقط كما هو حادث الآن ، ولكن في كل بقاع سيناء .

ومن جهة أخرى نجد أن شواطئ البحر الأحمر في مصر وخاصة منطقة الغردقة تعتبر سوقاً منافساً - وإن كان سوقاً جزئياً ، وإذا كانت جاذبية شواطئ البحر الأحمر تقترن بفرصة القيام برحلات جانبية إلى الأقصر وأسوان . وأن جاذبية شواطئ سيناء

تقترن هي الأخرى بفرصة القيام برحلات جانبية في سانت كاترين وجبل موسى[١] .

ويلاحظ أنه يجب دراسة المشروع علاوة على الاهتمام بالجانب السياحي الشاطئي العناية بمشروعات رأس المال الإنتاجي ، ورأس المال الاجتماعي ، لتعمير منطقة سيناء بالمشروعات الاستثمارية ، ومشروعات البنية الأساسية وتصبح منطقة سياحية . علاوة على أن تكون منطقة جذب سكاني لمواطني المناطق المجاورة .

---

(١) د . سبيل شحاته الروبي ـ التخطيط السياحي ـ مرجع سابق ص ٤ / ١٥ حتى ص ٤ / ٢٥

الفصل الرابع
التنظيم السياحي الفعال

من اجل تحقيق طفرة اقتصادية كبيرة في أى دولة نامية يجب علاوة على عملية التخطيط أن يتم من خلاله تنظيم المرافق الاقتصادية بصورة عامة والمرافق السياحية بصورة خاصة ، ولابد أن يكون ذلك عن طريق اتخاذ أساليب علمية وتنظيمية لتحقيق ذلك المطلب ، الذى أصبح هدف قومى فى جميع أنحاء العالم ، فالسياحة أصبحت صناعة متكاملة الجوانب ، وأصبح الطلب على منتجاتها جامد المرونة ، مهما ارتفعت أسعارها ، لأن السائح فى هذه الفترة ، يعمل جاهداً فى الحصول على درجة الإشباع النفسي والروحى ، فى لحظات هو فى أمس الحاجة إليها ، حتى ولو ارتفعت أسعارها نسبياً ، لكن فى نفس الوقت ، لابد أن تكون تلك الصناعة هادفة راقية فى منتجاتها (خدماتها) فى سبيل جذب المستهلك (السائح) من خلال عرض السلعة (الخدمات السياحية) .

لذا فإن أى دولة فى العالم ترغب فى تحقيق تلك الطفرة ، لابد أن تحقق مزيداً من متغيرات صناعة السياحة ، وخصوصاً إذا كانت كل الظروف مهيأة لتحقيق هذا المطلب على أن يكون تحقيق

ذلك على كل المستويات السياحية ـ أى يشمل السياحة الداخلية .
كما أنه يشمل السياحة الدولية .

فالسياحة الداخلية جزء من الحركة التى تنقسم إلى سياحة داخلية وسياحة خارجية . ومن الضرورى أن يتم التنسيق بينهما . من أجل تحقيق المطلب الأسمى . وهو زيادة الدخل القومى من تدفقات السياحة . أو بمعنى آخر تحقيق الإيرادات غير المنظورة . لتحقيق توازن فى ميزان المدفوعات .

فمن الأفضل أن تتوجه السياحة الداخلية لمناطق الجذب السياحى فى أوقات ركود السياحة الخارجية . كما أنه ومن المستحب أن يتم تنشيطها فى أوقات الأزمات . لشغل المساحات الموجودة فى الفنادق .

ولكن قد نجد فى بعض الأحوال أن حركة التنشيط السياحى الداخلى قد انخفض معدلاته بصورة كبيرة . وهذا الاتجاه يكون له أسبابه . إما لعدم استخدام وسائل جذب علمية أو بسبب ضغط وسائل الإعلام الغربى على السياحة الدولية والغربية ـ لذا يجب اتخاذ الآتى

أولاً : أن يكون هناك تنظيم علمي على مستوى راقي . لجذب السياحة الداخلية فى مصر ، وخاصة بالنسبة لأصحاب الدخول المرتفعة ، والذين يميلون إلى قضاء فترة الصيف على شواطئ أوروبا .

وعلى الرغم من أن هناك مجهودات من وزارة السياحة فى تشجيع السياحة الداخلية ، منها التخفيض الذى يتمتع به المواطن المصرى فى الإقامة فى الفندق بنسبة ٥٠ ٪ ، ولا يوجد لهذا التخفيض مثيل على مستوى العالم ، وذلك بهدف تشجيع المواطن على السفر والتعرف على مناطق الجذب السياحى في بلده ، وبناء على الاتصالات التى تجرى بين كل من قطاع السياحى الداخلى وشركات النقل الداخلية ، يمكن تنظيم حركة تسيير لمناطق الجذب السياحى المتميز والمكيف والعادى وبأسعار تقل عن أسعار النقل السياحى ، انطلاقاً من تدبير وسيلة إقامة رخيصة للمواطن تتناسب مع دخله ، ثم إعادة النظر فى تشييد بيوت الشباب ، وأن يكون أسلوب الإعداد يحقق الخصوصية للمواطن المصرى ، والتى تشجع على جذب الأسر المصرية ، لأن بيوت الشباب الجديدة يجب أن يتم إقامتها بأسلوب الغرف ، وليس العنابر[١] .

---

(١) عادل عبد العزيز ـ مناطق جذب سياحى جديدة ـ الأهرام الاقتصادى العدد ١٣٠٦ لسنة ١٩٩٤ ص ٥٦

كما اتجهت الوزارة إلى تدعيم قدرات أندية الرياضيات البحرية فى كل من الغردقة وشرم الشيخ لإقامة شاليهات يمكن أن تساعد على حركة السياحة الداخلية . وتنشيط تلك الحركة . ويتم تأجير تلك الشاليهات بأسعار فى متناول المواطن صاحب الدخل المتوسط . وذلك من خلال تدعيم هذه الأندية ، فى إقامة مثل هذه الشاليهات من صندوق السياحة .

وتتبنى الوزارة سياسة جديدة . تتمثل فى إبراز مناطق الجذب السياحى لتخفيف الحركة السياحية على مناطق الجذب التقليدية ، كما يحدث فى رأس سدر بديلاً عن منطقة جنوب سيناء والمناطق التقليدية فى السويس والإسماعلية والمنيا والفيوم والوادى الجديد ، كما يجرى التعامل مع هذه المناطق من خلال ما يتوافر فيها من مقومات أساسية لعملية الجذب السياحى **tourist attracton** ومحاولة تحقيق ذلك فى كافة المعارض الداخلية والدولية .

وأما عن ظاهرة هروب السياحة الداخلية إلى الخارج . فإن هذا الوضع يمكن التحكم فيه من خلال وضع قيود على نظام الشارتر **charter** (ترخيص بفتح أفرع فى الخارج) بحيث يضع نسبة معينة فى نظام التسويق الخارجى للبرامج السياحية وإلا تم إلغاء

الترخيص من حيث الأصل ، كما أن هناك من وسائل الترفيه التى تحقق للمواطن الاستغناء عن الترحال إلى دولة أخرى من خلال تلك المناطق الجذابة فى البحر الأحمر . كما أن الارتفاع الكبير فى أسعار الطيران وأسعار الإقامة فى الخارج ، تجعل نسبة كبيرة حتى من القادرين فى التراجع عن فكرة الهروب إلى السياحة الأوربية .

أما عملية تنظيم جذب السياحة الدولية إلى مصر ـ فيجب أن نوجه هدفنا نحو منظومة أساسية ، لابد من وضعها فى الاعتبار ، الأولى هى تنظيم حركة السياحة الدولية من أجل اجتذاب السائح الأجنبى ، هذه المنظومة تتركز فى الاستقرار السياسى ، إن الدولة المصرية قوية راسخة ، والشعب المصرى بكل توجهاته ملتف حولها ، وعازم على مساعدة الدولة فى اجتثاب فلول الإرهاب ، وستظل مصر دوماً آمنة سالمة ، ولم ولن يتعرض أى عربى لأى أذى ، بل يجب تقديم الخدمات فى أرقى مستوى وعلى المستوى الأوربى مع تميزها بالطابع الفرعونى الآخاذ .

ولا شك أن أى حركة إرهابية تحدث لن تؤثر على البيئة المصرية علاوة على أن مثل هذه الحركات تحدث في معظم دول العالم . لأن هذه البيئة ولادة لغيرها من المناطق التى تحقق البديل عن

المناطق الاستراتيجية المستهدفة لمراوغة من يرغبون في ضرب الإقتصاد المصرى .

وعلى الرغم من هذا الحادث الإرهابى الذى أصاب منطقة شرم الشيخ بذعر وهلع ، على أثر التفجيرات التى حدثت فى هذه المنطقة فى شهر يوليو الماضى ، فقد أصاب الشعب المصرى بأكمله ، بهلع الواقعة ، وخيبة أمل فى شباب ينتظر منه البناء والاستقرار ، بدلا من التدمير والتخريب وعدم الانتماء .

إلا أن هذا الحادث لم يؤثر بدرجة كبيرة على السياحة فى مصر ، لأن السياحة ليست فى شرم الشيخ فقط ، ولكن أصبحت مناطق الجذب السياحى فى معظم مناطق جمهورية مصر العربية .

كما أن منطقة شرم الشيخ نفسها ، لم تتأثر بشكل كبير بهذا العمل الإجرامى ، لأن الطلب عليها كان أصلاً أكبر من طاقة الاستيعاب (العرض) ، بل إن فنادق شرم الشيخ كانت قد بدأت فى تطبيق برامج وقف البيع لتضخم عرض الطلب ، ولأن الطلب فى هذه المنطقة أصبح مستحيل المرونة [1] .

---

(١) احمد المغربى - جريدة الأهرام فى ٢٩/ ٧ ، ٢٠٠٥ ص ١١

كما أن الحادث الإرهابي الذي حدث في منطقة دهـب . وأدى إلى اغتيال وإصابة كثير من المصريين والأجانب في أبريـل ٢٠٠٦ ، لـن يثني عزيمة الفراعنة عن التصدي لتلـك الفئـة القلـة الـتي ترغـب في تحطيم السياحة في مصر ، وقد كان قرار السيد الرئيس بتعيين رجـل أمن مختص للتصدي لتلك القلـة ، أمـراً محمـوداً للحفـاظ علـى أرواح المصريين والأجانب ، وإعطاء الدفعة القوية نحـو صـناعة السـياحة في مصر والتي تعتبر أهم مصادر الدخل القومي .

كما أن عملية التنشـيط لمقاصـد سـياحية جديـدة ، لا شـك انـه هدف قومى يحقق أكثر من مطلب ـ الأول وضع أماكن فى قلب المنطقـة ـ تُحـول إليـه الطلـب السـياحى فـى الحـالات الاسـتثنائية ، ثانيـاً ـ المحافظـة علـى الاسـتمرارية وعـدم رضـوخ الـرأى العـام ، لهـذه المحاولات الابتزازية التي ترغب فى النيل من حركـة السـياحة فـى مصر .

كما أن الاهتمام بالسائح العربى ، تَوجُه ضـرورى لأن السـائح العربى أصبح مصدراً للتنافس مـن المقاصـد السـياحية العالميـة ، لأنـه الأكثر إنفاقاً والأكثر إقامة من حيث عدد الليـالى السـياحية ، كمـا أن السوق العربيه شهدت تطوراً كبيراً فى السنوات الأخـيرة ، وتنامـت

صلاتها بالعالم الخارجي وباتت تضم كوادر سياحية ذات مستوى دولى ، وتشهد تلك الأسواق معارض ومنتديات سياحية لها اسمها ووزنها عالمياً ، والسوق العربية بكل عناصر التقدم المتوفرة لها ، والاستثمارية المربحة والمتكافئة والتى تحقق مصالح كافة الأطراف وفق الأسس الاقتصادية السليمة .

ومصر تتمتع بمقاصد سياحية مستمرة لدى الأخوة العرب ، فهى منهل للثقافة والفن ومركز للتسويق والسياحة العلاجية فى آن واحد[1] .

كما أن مصر تعتبر مزار سياحى أقرب جغرافياً ، وأكثر ملاءمة من حيث الأسعار عن غيره من المزارات فى العالم ، وهى بالنسبة للسائح أو المستثمر العربى ليست مجرد مزار سياحى أو وعاء للاستثمار والربح ، بل بيت يشعر فيه العربى أنه مواطن من الدرجة الأولى وأنه بين أهله وعشيرته ، ويستشعر فيه بمعنى الانتماء إلى نفس القيم والحضارة والثقافة والتاريخ التي يستشعر بها المواطن المصري .

---

(١) سعيد شلش ـ السائح العربى أصبح مصدرا للتنافس ـ الأهرام الاقتصادى العدد ١٣٤١ سنة ١٩٩٤ ص ٥٥

وانطلاقاً من هذه القناعات . كان التفكير في القوافل السياحية إلى الدول العربية بهدف تنشيط حركة التفاعل **interaction** والتكامل **integration** السياحي العربي ، ومن أجل توظيف مواردنا الطبيعية وتنشيط حركة السياحة العربية . بدلاً من التوجه المستمر من جانبنا كسائحين ومستثمرين خارج وطننا الكبير ، وبدلاً من إهدار طاقاتنا المادية والفكرية في بلدان كثيراً ما يسودها نزاعات الجشع والاستعلاء في تعاملها مع كل ما هو عربي .

ولا شك أن تلك القوافل السياحية ، تحقق إرتفاع في نسبة السياح العرب ـ فعلى سبيل المثال فإن منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية قد سجلت زيادة نسبة السياح في مصر عام ١٩٩٣ ٤,٣ ٪ من السياحة العالمية منها ١١,٥ ٪ من ألمانيا ، ٣,٤ ٪ من النمسا . ١٥,٦ ٪ من إيطاليا وبذلك يكون معدل النمو السياحي قد زاد في مصر بنسبة ١٩ ٪ عن عام ١٩٩٢ [١] .

---

(١) سعيد شلش ـ المرجع السابق .

في حين نجد أنه بعد أحداث سبتمبر ٢٠٠١ زاد عدد السياح في مصر بنسبة ٩ ٪ عالمياً - بينما لم يتجاوز نسبة النمو السياحي في العالم كله أكثر من ٤ ٪ [١] .

ومن هذا المنطلق، نجد أن مصر قلعة من قلاع صناعة السياحة في العالم ، فالثروة السياحية التي تكتنزها المناطق السياحية في مصر ، لا يناظرها جمالاً ومتعة في أى دولة من دول العالم ، إن كل تطور يحدث في تكنولوجيا السياحة ما هو إلا إضافة جديدة إلى ذلك المصدر الدائم لتحقيق تدفقات جديدة من العملات الأجنبية من خلال زيادة الإيرادات السياحية التي تحقق زيادة في جانب المعاملات غير المنظورة في ميزان المدفوعات لسد جزء كبير من فجوة هذا الميزان ، الذي لن يحقق توازنه في الوقت الحالي إلا من خلال اقتصاديات السياحة .

كذا فإن التنمية السياحية ليس فقط من خلال العمل على جذب الوفود ، بل أيضاً من خلال المحافظة على صحة وحياة هذه الوفود . من أجل تحقيق التوازن في كل جوانب العملية السياحية .

---

(١) أحمد المغربي - الأهرام في ٣ / ١٢ / ٢٠٠٤

وتحقيق الأمان الذي قد يفكر الحاقدين أنهم يستطيعون استنزاف السياحة من خلال هذه الأعمال الإجرامية .

ومن ناحية أخرى ـ العمل على الارتفاع بجودة الخدمات المقدمة وتطويرها على رأس أولويات صناعة السياحة فى مصر ، كذا التعاقد مع شركات عالمية فى مجال الصحة العامة ، كذا تطوير جميع العمليات الإلكترونية فى النشاط السياحى ، سواء فى مجال المعلومات أو في مجال الترويج السياحى **tourist poromation** ـ أو إتمام الحجوزات من خلال بوابة إلكترونية **portal** ، مع الاهتمام بالكوادر البشرية السياحية ، بتشغيل العاملين فى تلك الأماكن من شباب واعي مثقف على دراية عالمية بالخدمات السياحية ، والثقافة العامة .

ولا شك أن تلك التوجهات فى المقام الأول ، هى توجهات اقتصادية حيث أنه من المعروف أن زيادة عدد الليالى السياحية التى يقضيها السياح الوافدين إلى مصر هى الترجمة الحقيقية للعائد المالى (الربحية) من السياحة **profitability returen** . أو ما يسمى بالإيرادات السياحية ، والتي تعتبر أحد المصادر الهامة للدخل القومي .

ومن ناحية أخرى يجب القيام بتدريب الكوادر البشرية على أحدث متطلبات التكنولوجيا العالمية في مجال السياحة ، حيث أن السائح لا يتعامل فقط مع خبراء السياحة والمرشدين ، ولكنهم يتعاملون مع أمة بأكملها ، لذا فلا بد من القيام بحملة إعلامية كبيرة سواء فى T.V أو الصحف - للارشاد والتوعية السياحية وكيفية التعامل مع السائح على أنه ضيف عزيز أولاً ثم مصدراً من مصادر الدخل القومي ثانياً ، ثم مظهراً من مظاهر الرقى من جهة ثالثة كذا من خلال إنشاء القرى السياحية المتطورة ، وبأسعار معقولة ، ويجب أن نعلم أن السياحة ليست سياحة وافدة فقط ، ولكن السياحة الداخلية تعتبر مصدراً آخر من مصادر زيادة الاستثمارات السياحية في مصر - بتوفير فنادق بأسعار معتدلة لذوى الدخول المتوسطة ، وتوفير المزارات من الآثار السياحية ، والثقافية بأسعار معقولة ، ولا شك أن كلذلك سيقوى عزيمة السياحة بصفة خاصة ويحقق زيادة في الدخل القومي بصفة عامة .

وجدير بالذكر ، فإن من القدرات التنافسية المصرية فى مجال السياحة .ضرورة تدريب السائح العربى على فهم اللهجات المصرية المختلفة . مما يعد في حد ذاته من أكثر الوسائل جذباً للسائح العربى

، لسهولة التعامل مع الناس فى كافة القطاعات والمواقع وسهولة التنقل والإقامة ، كذلك فإن انتشار المساجد يسهل للسائح العربى إقامة الشعائر الدينية في حينها ، واستحداث السياحة العلاجية ـ وسياحة الاستجمام وسياحة السباقات والسياحة التعليمية . مما يطيل من فترة بقاء السائح العربى ، ويضاعف من الدخل السياحى ، والذى يؤثر على الدخل القومى بالإيجاب[١] .

ومن ناحية أخرى فإن هذه القدرة التنافسية والمعايير الأثرية تحقق ما يسمى بالسياحة البيئية ، والتى يجب أن توجه توجهاً انتمائى ، من خلال إصدار جواز سفر عربى موحد يسمح للمواطنين العرب بالتنقل لجميع الدول العربية ، وربط المدن العربية بخطوط ملاحية منتظمة بحرية وجوية وبرية ، ومد خطوط سكك حديد لإنعاش التبادل التجاري والثقافي ، وسن اتفاقيات جديدة للتبادل السياحي وإنشاء شركات سياحية منتظمة ، وتنظيم رحلات شاملة تكاليف الإقامة بمقابل مبادي والإقامة والتنقل وبأسعار معقولة ، تشجع على ارتفاع معدل الطلب السياحي [٢] .

---

(١) د. مصطفى عبد الفتاح الطمبلاوى ـ المؤتمر العلمى السنوى الدولى العشرون ـ جامعة المنصورة فى ٢٢ / ٤ / ٢٠٠٤

(٢) د . مصطفى الطمبلاوى ـ مرجع سابق ص ٩

ولما كان السوق السياحي الدولي يتميز باتساع حجم الطلب بداخله ، كما يتوافر فيه عنصر المنافسة من خلال عنصر العرض . لذا ومن خلال هذا المنطلق تتعدد الطرق التنظيمية التي تجنح إلى خلق سوق سياحي ناجح ، ويختلف هيكل التنظيم وفقاً للأهمية التى توليها الدولة لقطاع السياحة ، ومدى نضوج القطاع السياحى الخاص والاستقرار السياسى فى الدولة ، ومن المتفق عليه أن إدارة شئون السياحة يجب أن تُترك للحكومات ، ضماناً لحسن سيرها وحتى لو كان القطاع الخاص نشطاً ويتمتع بخبرة واسعة ، إذ يجب أن تكون الحكومة على قمة المنظمات العاملة في الحقل السياحى [(١)] .

وقد أقر مؤتمر الأمم المتحدة الذى عقد فى روما ١٩٦٣ توجيهاته الهامة بشأن السياحة الدولية ، على أنه من الواجب على الحكومات تنشيط وتنسيق أساسى عن طريق المنظمات السياحية القومية .

إن هذا القطاع الحيوى ، لا بد أن يدار من خلال منظمات حكومية وشبه حكومية ، ذلك أن بعض الدول النامية لم ينشأ هذا

---

(١) د . نبيل شحاته الروبى ـ التنمية السياحية كوسيلة للتنمية الاقتصادية ـ المؤتمر العلمى السنوى الخامس للسياحة ـ جامعة المنصورة ـ مرجع سابق

الإطار التوجيهي بصورة فعالة . مما يدعو تلك الدول إلى اتخاذ التدابير اللازمة لوضع تلك التوجيهات موضع التنفيذ .

ولا يوجد نموذج واحد يمكن أن يأخذ شكل التنظيم السياحى الفعال ، ولكن ما يهم بصفة أساسية ، هو إعداد جهاز سياحى تعطى له الإمكانيات ليقوم بدور فعال فى التنمية السياحية ، ويختلف هيكل الجهاز السياحى وفقاً للدستور المعمول به فى الدولة ، سواء كان مركزياً أو اتحادياً ، وعلى كل ، فإن التنظيم المركزى يولى بأهمية خاصة حيث أنه يقوم بوضع التخطيط السياحى بصفة عامة .

تنظيم عمليه سياحة المشاركة في الوقت لجلب العملات الصعبة :

يمكن استخدام نظام المشاركة في الوقت **time share** لزيادة الإيرادات من العملة الصعبة ، علاوة على الاحتفاظ بتلك العملة داخل البلاد فى حالة عدول المواطن على السفر إلى الخارج ، أو عند استبدال الوقت مع شخص أجنبى .

ونظام التايمشير هو عبارة عن شراء أسبوع ـ وهذا المشترى ، يكون له الانتفاع به مدى الحياة ، وله الحق فى التبادل مع أى شخص سواء داخل مصر ـ أو خارج مصر ، وعملية التبادل تساعد على زيادة حركة السياحة في مصر ، ومن حق الشخص بيع أو إيجار

الأسبوع الذى يشتريه ، وقد أضاف نظام التايمشير كثير إلى حركة السياحة العالمية وبالفعل تأتي عائلات من أوروبا وأمريكا لزيارة مصر .

وهذا النظام يجمع بين نظام التملك التى توفرها العقارات السياحية ، وبين خاصية النزهة الوقتية ، من خلال السياحة الترفيهية عن طريق قدرته على استخدام ما يملك من الأسابيع فى عدة قرى مختلفة ، وبالتالى يتم توفير العملة الصعبة من خلال الدفع والتملك فى مصر ، والاستخدام خارجها ، فيستطيع المالك أن يستخدم أسابيعه فى أى وقت يشاء حسب العرض والطلب على المكان المطلوب ، وفى أى مكان يشاء . كما أن هذا المكان يتيح لصاحبه الاحتفاظ برأس المال الأصلى مدى الحياة . ويستطيع استثماره من خلال إعادة البيع وكذلك يمكنه تأجيره أو توريثه .

والمعوقات التى تعوق نظام التايمشير . تكمن في خلل البنية الأساسية فى المناطق الجديدة التى تعوق حركة السياحة بشكل كبير ، وعلى الرغم من توافر الموارد الطبيعية في مصر - إلا أن هيئة التنشيط السياحى لم تستطيع استغلال هذا النظام فى زيادة حركة السياحة العالمية داخل مصر عن طريق نظام التايمشير ، فهيئة

التنشيط السياحى تقوم بالتسويق السياحى لمناطق الأهرامات والآثار ، وهناك مناطق فى البحر والجو لابد من التنشيط السياحى فيها . فيوجد أناس يعشقون البحر والمياه والشمس ، ولعل سر تفوق أسبانيا فى السياحة هو اتجاه الحكومة الأسبانية نحو بيع البحر والرمال ـ حيث أن الطلب على تلك الأشياء كبير ، ولو فعلت مصر مثل هذا العمل ، لزاد الطلب على مناطق البحار والرمال الطبيعية الساحرة ، فالسائح ليس سائح أهرامات وخان خليلى فقط ، ولكنه سائح عاشق للجمال ، والجمال موجود في مصر ، فى كل بقاع الأرض ، ويجب ترويجها **promotion** لتزداد جميع المتغيرات الاقتصادية ، ويتحقق شئ من التوازن فى ميزان المدفوعات عن طريق زيادة الإيرادات غير المنظورة الناتجة عن تدفقات نقدية أجنبية من خدمة غير منظورة ، فالسياحة صناعة وأى صناعة ، لابد لها من تخطيط سليم ، وتسويق ناجح وتقديم منتج على مستوى عالى من الرقى .

الباب الثالث
السوق السياحي

الباب الثالث
السوق السياحي

تتطلب أى دراسة تسويقية أن يتم تحديد كل من السوق والتسويق بصفة عامة ، ثم بعد ذلك تحديد المفهوم بالسوق السياحي وأهميته وطبيعته ، ثم بعد نتجه نحو دراسة كل من الطلب والعرض السياحي في ضوء دراسة متطورة وفقا لما وصلت إليه صناعة السياحة من تطور وذلك على النحو التالي :

الفصل الأول
مفهوم السوق والتسويق السياحي
وأهميته وطبيعته

تمهيد :

من أجل الوصول إلى مفهوم دقيق لكل من السوق والتسويق لا بد لنا أن نحدد مفهوم كل منهما والوظيفة الفنية لدور كل منهما كما أن للسوق السياحي أهمية تندرج ضمن أهمية السوق بصفة عامة ، إلا أن طبيعة السوق السياحي تختلف عن طبيعة السوق بصفة عامة كونه يتميز بسمات طلب وعرض تختلف عن تلك السمات التي يتصف بها العرض والطلب في السلع والخدمات الأخرى ، من خلال هذا التنويه نقوم بشرح هذا الفصل من خلال المباحث الآتية :

المبحث الأول
مفهوم السوق والتسويق بصفة عامة
والسوق السياحي بصفة خاصة

المطلب الأول
مفهوم السوق والتسويق

السوق Market:

هو مكان واسع ، يلتقى فيه كل من البائعين ، والمشترين ، ويوجد به سلع مختلفة ، يلتقي ويتفاعل بداخله قانوني العرض والطلب فى ظل قانون المنافسة الكاملة .

التسويق Marketing ووظيفته:

التسويق هو وظيفة فنية ، يقتضى القيام بها الإلمام بمجموعة من المهارات الدقيقة ، لإمكانية انسياب السلع والخدمات من مكان انتاجها إلى مكان استهلاكها ، كذلك توفير الأدوات والوسائل لإتمام عملية الشراء (الرغبة فى الشراء والقدرة على دفع الثمن) .

ودراسة السوق تسبق زمنياً دراسة التسويق وعملية الإنتاج ، بينما وظيفة التسويق تبدأ بعد وجود المشروع ، إلا أن هذا الفارق

الزمنى لم يعد أساسياً بعد تداخل العلاقة ما بين دراسة السوق ووظيفة التسويق بحيث أصبح ضرورياً :

١ـ أن يكون دراسة السوق متضمنة الجوانب التسويقية . أى ان دراسة السوق تضع فى اعتبارها ، دراسة تسويق السلعة .

٢ـ أن تتضمن وظيفة التسويق الإلمام ، ومتابعة قانون العرض والطلب من آن لآخر وتطبيقه على المواقع المختلفة .

وظيفة التسويق :

تتضمن وظيفة التسويق ـ تخطيط وتحديد تشكيلة الإنتاج **production mix** ، وبحث طرق ترويج السلعة ، والإعلان والدعاية ، وحوافز المبيعات ، سعر السلعة وأساليب توزيعها ، الاهتمام بالمستهلك **consumer** بعد البيع . وهى تقديم الخدمات فى المنازل كخدمات الصيانة وتوريد قطع الغيار ، والتوجيه والإرشاد لكيفية استخدام السلعة ، وكلها تسمى خدمات ما بعد البيع .

المطلب الثاني
مفهوم السوق السياحية

<u>السوق السياحي</u> :

هو مكان واسع يضم عدد كبير من المنتجين والمشترين من أجل شراء سلعة ..

والسوق السياحي هو وجود عدد كبير من الأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر سواء داخلياً من مدينة إلى أخرى (سياحة داخلية) أو سواء من دولة إلى دولة أخرى (سياحة دولية) ، وذلك من أجل الحصول على منتج (خدمات سياحية) تتوافر له كل مقومات الجذب السياحي الذي يحقق الهدف وهو الترويح عن النفس ، ويرتبط السوق السياحي كأى سوق بقوى العرض وقوى الطلب .

فمن حيث الطلب السياحي فإنه العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن محال إقامتهم المعتادة . والطلب السياحي قد يكون طلباً فعالاً . وقد يكون طلباً كامناً .فالطلب الفعال هو ذلك الطلب الذي يجمع بين الرغبة في السفر إلى المناطق السياحية المرغوبة وقدرتهم على استخدام خدماتها. أما الطب الكامن هو

الطلب الذي لم يخرج إلى حيز التنفيذ بسبب عقبات تحول دون تحقيق هذه الرغبة ، كما قد يكون طلباً مؤجلاً يتوافر له كل العناصر المادية ، ولكنه يفتقد العنصر السيكولوجي . أو يفتقد لعنصر الرغبة .

أما العرض السياحي ، فيتمثل في كمية السلع والخدمات التي تعرضها المشروعات الخاصة والعاملة . وتتمثل في إقبال السياح على تلك السلع مع حدوث تنافس فيما بين تلك المشروعات من أجل تحقيق أقصى ربح ، والعرض السياحي يمكن شرحه من حيث الواقع أو من حيث الجانب النظري .

العرض السياحي الواقعي :

هو الوجود الفعلي لمجموعة الخدمات السياحية مثل خدمات الإسكان التي تبيعها الشركات العاملة في مجال السياحة كالشاليهات . والشقق المفروشة وإيجار الغرف في الفنادق كما تشمل خدمات النقل البرى والبحرى والنهري . كما تتم من خلال خدمات الجذب السياحي التي تصطنعها الدولة . كالمعارض والكرنفالات والعروض الفلكلورية والمسارح كذا البنية الأساسية وما تتصف به الدولة من ظروف بيئية. كالمناخ وجمال البيئة كما تشمل البيئة الأساسية في

مجـال الكهربـاء والطـرق والاتصـالات ، وكـذا خـدمات شـركات السياحة .

العرض السياحي النظري :

ويتمثل في شرح العرض السياحى وفقاً لمفهوم الاقتصاد الجزئي ووفقاً لمفهوم الاقتصاد الكلي ، فالعرض السياحي وفقاً لمفهوم الاقتصاد الجزئي يتمثل في مجموعة السلع والخدمات وكذا الأسعار التي تؤثر على عرض تلك السلع والخدمات من خلال جهاز الثمن أما العرض وفقاً لمفهوم الاقتصاد الكلي يتمثل في دور الجهاز التخطيطي للدولة ، وما يتطلبه من التنسيق بين المؤسسات والمشروعات العاملة في مجال السياحة، واتجاه الدولة إلى تقرير هذا النشاط في بعض المناطق ، وانحساره عن مناطق أخرى من خلال خطة عامة وشاملة ومن أجل تحقيق هدف أسمى وهو التنمية الاقتصادية [1] .

---

(١) د. جليله حسن حسنين ـ اقتصاديات السياحة ـ الدار الجامعية ـ الاسكندرية ٢٠٠٠ ص ٢١

المبحث الثاني
أهمية السوق السياحي وطبيعته

وتتم الدراسة في مطلبين :

المطلب الأول
أهمية السوق السياحي

تهتم السوق السياحي بإفراز منتج سياحي يغير من عوامل الجذب السياحي ومن خلال مجموعة من العناصر التي يتميز بها عن غيره، وهي على النحو التالي :

١ـ توفير أكبر قدر ممكن من العملات الأجنبية ، من خلال الإنفاق السياحي الذي يقوم به مجموعة السائحين وبالتالي تؤثر على معدل الدخل القومي بالزيادة .

٢ـ مساهمة السوق السياحي في توفير فرص عمل تحقق زيادة في دخول بعض المواطنين .

٣ـ يعتبر السوق السياحي نواه لإدخال عنصر التكنولوجيا المتطورة ، فالمشروعات السياحية تبحث دائماً عن التطورات المستخدمة في

علم الفندقة والسياحة من خلال الاحتكاك بالشركات السياحية العالمية[١] .

٤- السوق السياحية . هي صادرات غير منظورة لأنها تتمثل في التعامل مع منتج لا يتم نقله من دولة إلى أخرى . بمعنى أن المستورد هو الذي ينتقل بنفسه للحصول على المنتج من مكان إنتاجه . وبالتالي توفر على الدولة مصاريف النقل والجمارك .

٥- تحقق السوق السياحي زيادة في عناصر الاستثمار والادخار والترويح لتصدير المنتجات المختلفة . الذي يؤدي إلى زيادة الدخل القومي من خلال زيادة العملات الأجنبية .

٦- تحقق السوق السياحية زيادة في معدل الاستهلاك ويتحقق ذلك من خلال المضاعف الذي يتحقق من خلال المعادلة الآتية :

$$\frac{1}{\text{الميل الحدي للإنفاق السياحي}}$$

وهو عدد المرات التي يزيد فيها الدخل من خلال الإنفاق السياحي .

---

(١) د حمدى عبد العظيم - اقتصاديات السياحة - مكتبة زهراء الشرق القاهرة ١٩٩٦ ص ٧٩ وما بعدها

المطلب الثاني
طبيعة السوق السياحي

يتصف السوق السياحي بعدم الاستقرار ،حيث أن السوق السياحي يتصف بعنصر الموسمية ، أى أن هناك موسم معين يقبل السياح عليه ، وهو موسم الأجازات الموسمية الذي غالباً ما يكون في موسم الصيف ، ويظل بقية العام بدون عمل أو عمل على فترات متباعدة ، وهو ما يجعل صناعة السياحة من الصناعات التي تحتاج إلى موارد كبيرة لتغطية الفترة التي تتمثل في توقف النشاط السياحي ، علاوة على أن العمالة التي تعمل بالأنشطة السياحية غالباً ما تحصل على أجور كبيرة في موسم العمل ، ثم تفاجأ بانخفاض معدل الأجور في موسم التوقف ، وهو ما يجعل سوق العمل في تلك المشروعات غير مستقر ، وهو ما يجعل أيضاً هؤلاء العاملين يفضلون الحصول على أجور منخفضة نسبياً ، وبشرط استقرار تلك الأجور وعدم توقفها ، كما يتميز السوق السياحي بالتنافس الشديد بين المشروعات السياحية المختلفة ، وهذا التنافس يفرض على تلك المشروعات ضرورة التطور المستمر ، واستمرار الحصول على التكنولوجيا المتطورة ، هذا الجانب يجعل المشروعات السياحية

مرتفعة التكاليف وهو ما يسبب شبه انتكاسة لبعض المشروعات الصغيرة التي لا تمتلك التمويل المناسب لتغطيته فترة التوقف .

كل ذلك جعل النشاط السياحي ، نشاط غير مستقر ، وموارده محدودة. وغالباً ما يحصل على عناصر التمويل من البنوك الأجنبية والتي تمنح القروض بأسعار فائدة مرتفعة ، أو تلجأ المشروعات السياحية إلى الحكومة لمشاركتها في تمويل المشروعات وهو ما يؤثر على حرية المشروعات ونقص أرباحه ، ولا شك أن تلك المعايير تحدث في الدول النامية التي غالباً ما تنخفض بها معدلات الإدخار والاستثمار .

الفصل الثاني
الطلب السياحى

لما كانت السياحة تتضمن خدمات غير منظورة لذا فإن السائح يأتي بنفسه للحصول على هذه الخدمة ، كما أن الطلب السياحي يرتبط بعنصرى الرغبة والقدرة على تحمل تبعات الرحلة ، إلا أننا إذا نظرنا إلى الطلب السياحي من حيث طبيعته سنجد أنه له أكثر من مدلول ، فقد يكون طلب سياحي فعال ، وقد يكون طلباً كامناً ، وفي كل الظروف فإن الطلب السياحي يتأثر بعامل المرونة ، والتي يتأثر بها الطلب بصفة عامة ، علاوة على أن الطلب السياحي له خصائصه التي يتميز بها دون سائر أنواع الطلب الأخرى ، وعلى ذلك ومن خلال هذا الفصل نقوم بشرح مفهوم الطلب وخصائصه وأنواعه ثم نتجه نحو تحديد محددات الطلب السياحي الدولي وعوامل الطلب السياحي كل في مبحث مستقل .

المبحث الأول
مفهوم الطلب السياحى وأنواعه

الطلب السياحى ، هو العدد الكلى للأشخاص الذين يسافرون . أو يرغبون فى السفر . لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية في اماكن بعيدة عن محال إقامتهم وأعمالهم المعتادة ، ويتكون الطلب السياحى من ثلاث عناصر :

أ ـ الطلب السياحي الفعال actual tourist demand :

وهو ذلك الطلب الذى يجمع بين الرغبة فى السفر إلى المناطق السياحية المرغوبة ، وقدرتهم على استخدام خدماتها وتسهيلاتها ، أى أنه يجمع بين طياته محددات الطلب الأساسية ، الرغبة فى الحصول على المنتج ـ والقدرة على الدفع ـ أى القدرة على دفع متطلبات الحصول على هذا المنتج (السياحى) .

ب ـ الطلب الكامن :

وهذا الطلب لم يخرج إلى حيز التنفيذ ، من أجل عقبات تحول دون تحقيق تلك الرغبة ، أى أن القدرة على تنفيذ الرغبة غير موجودة ، ولكن العنصر الأول من محددات الطلب موجودة ، وهو الرغبة فى السفر .

جـ ـ الطلب المؤجل :

وهو ذلك الطلب الذى يتضمن على عناصر تختلف عن عناصر العنصر السابق حيث يتمثل فى القدرة على مصاريف السفر ومتطلباته . ولكن يفتقد الرغبة أو الحافز نحو السفر . لعدم اكتمال المعلومات أو الفرص والتسهيلات[1] .

وهناك عوامل وظروف تؤثر فى الطلب السياحى الدولى ـ يتمثل فى عوامل اقتصادية . واجتماعية وتكنولوجية . وذلك كما فى ارتفاع الدخول الحقيقية والرغبة فى الهروب من ضغوط الحياة من أجل الترفيه النفسى والروحى . كذا تطور المواصلات وارتفاع المستويات التعليمية والثقافية .

ويرى جانب آخر أن الطلب السياحى الدولى ـ بأنه هو طلب أفراد من دولة ما على خدمة ذات طبيعة معينة ومتميزة فى دولة أخرى . وهى الخدمة السياحية . وأنه قد يكون طلباً فعالاً أو طلباً كافياً **potential** أو طلباً مؤجلاً **defferred** ويتوقف الطلب

(1) Mathieson and wall " Tourism economic physical and social impacts ", london 1981 – p. 16 – 17

السياحى الدولى من جهة أخرى على القدرة على السفر . والتى تحدد بعنصرين أساسيين وهى القدرة المالية وحرية الحركة [١] .

والرغبة الذاتية فى السفر تعنى الرغبة الذاتية فى السفر لدى السائحين . وميلهم واتجاهاتهم إلى زيارة بلد معين ويؤثر على تلك الرغبة المستوى الفكرى والثقافى للسياح وعادات وتقاليد المجتمع الذى يعيشون فيه ، والارتباطات العائلية التى تقيدهم ، وكذلك العمل أو الوظيفة التى يؤديها السائح ، والتشريعات والقوانين الاجتماعية فى المجتمع الذى يعيش فيه ، ووسائل الدعاية والإعلام السياحى بالإضافة إلى وجود ارتباط قوى بين التوزيع الجغرافى والتوزيع العمرانى للسياح ومستوى طلبهم السياحى .

وهذا الرأى - على الرغم من أنه يتضمن عناصر الطلب الفعلى وغيره من أنواع الطلب سواء كان كامن أو مؤجل - إلا أننى أرى أن الطلب الفعال ، وهو الذى ينعقد به الطلب - حيث تتوافر فيه الرغبة والقدرة على السفر ، والتى ينعقد بهما الطلب حتى ولو لم يتم السفر بالفعل ، أما الطلب المؤجل والطلب الكامن فلا ينعقد بهما

---

(١) د. جليله حسن حسنين - اقتصاديات السياحة - مرجع سابق ص ٣٣ - ٣٤ .

الطلب . وعليه فلا داعي لوجوده داخل التعريفات ولكن يمكن شرحه ومعرفة جوانبه ـ ولكن لا يجوز أن يتضمن تعريف الطلب .

ونرى أن الطلب السياحى الدولى ، هو ذلك الطلب النابع عن رغبة أفراد معينيين فى بلد ما . هذه الرغبة تبلورت من خلال طلب النفس بعيداً عن أعباء الوظيفة على خدمة السياحة فى بلد آخر ترتاح لها نفسه . مع قدرته على تحمل الأعباء المالية والقانونية لذلك الطلب .

وهذا الطلب ـ قد تضمن على عنصرى الطلب ـ الرغبة فى السياحة لدى دولة ما ، مع القدرة المالية لتحمل أعباء الإنتقال والسفر . ومصاريف الإقامة والانفاق ، ومن جهة أخرى وجود عنصر توافر الوقت اللازم بعيداً عن أعباء الوظيفة والموافقة على تنفيذ جميع القواعد والتشريعات التى تطبقها البلد المضيف .

أما ما يسمى بالطلب الكامن ـ فهو موجود فعلاً ـ ولكن يجب ألا يتضمن تعريف الطلب السياحى ، كما أن الطلب المؤجل يفقد أحد عناصر الطلب الفعلى ـ لذا يجب التنويه عنه ولا يتضمن تعريف الطلب .

المبحث الثاني
مرونة الطلب السياحى

يقصد بمرونة الطلب السياحى درجة استجابة الطلب السياحى للتغيرات التى تحدث فى محددات الطلب نفسه ، وهى الأسعار والدخول والظروف الأخرى التى تؤثر فى الطلب السياحى .

فمن حيث الأصل ـ أن الطلب الساحى مثله مثل أى نوع من الطلب يتوقف على درجة المرونة وهنا مرونة الطلب السياحى يكون فى المعادلة الآتية :

$$\frac{\text{التغير فى المتغير التابع}}{\text{التغير فى المتغير المستقل}}$$

فالمتغير التابع ، هو الطلب السياحى ، والمتغير المستقل هو السعر والدخل ـ وهى ما يعبر عنهما بما يسمى بدالة الطلب بصفة عامة ، والطلب السياحى بصفة خاصة .

وفى هذا الخصوص نتجه بالقول بان الخدمات السياحية صادرات غير متطورة حيث أنها لا تتمثل فى ناتج مادى يمكن نقله من مكان إلى آخر . إلا أن هذا المنتج يتأثر بمجموعة من العوامل الأخرى التى يتأثر بها هذا المنتج .

لذا فإنه منتج مركب يتكون من عناصر مختلفة يتكامل بعضها البعض . بحيث إذا ارتفعت أسعار تلك العناصر انخفض الطلب السياحى . فالسائح يتجه نحو استهلاك خدمات وسلع ، وليس استهلاك خدمات فقط . فهو يأكل ويشرب ، ويركب المواصلات . ويقيم فى فنادق ، ويستخدم الكهرباء ـ وعلى ذلك فإن تلك السلع والخدمات تتأثر بالسائح ، ويتأثر السائح بأسعارها ، فإذا ارتفعت الأسعار انخفض الطلب على الجذب السياحى ، هذا من ناحية .

أما من الناحية الأخرى فلا بد أن نوضح عناصر غاية فى الأهمية بالنسبة لعامل المرونة ، فالمرونة تتأثر بالأسعار والدخل ، وفى هذا الخصوص يجب أن نفرق بين السياحة الداخلية والسياحة الدولية .

وقد يقال أن الخدمات السياحية بصفة عامة ، منتجات كمالية من حيث مستوى الدخل لمن ينفقون عليها ، لأنها ببساطه ليست ضرورية لهم كالطعام والشراب والمسكن أو وسيلة المواصلات اليومية . ولكن مثل هذا القول قد يتصف بالعمومية . لأن هذا الاتجاه يتوقف على تعريف هؤلاء الذين يقومون بالإنفاق على الخدمات السياحية . فهل هم من الأشخاص ذوى الدخول المرتفعة . أم هم

أشخاص من ذوى الدخول المتوسطة ، فالأشخاص ذوى الدخول المرتفعة تعتبر السياحة بالنسبة لهم منتجاً ضرورياً مثل الأشياء الضرورية الأخرى[١] .

ونرى أننا يجب أن نفرق كما قلنا فى هذا الخصوص بين السياحة الداخلية والسياحة الخارجية أو الدولية .

وقبل أن نتطرق بالحديث عن أثر عامل السلع الكمالية والسلع الضرورية ، على مرونة الطلب السياحى ، يجب أن نتجه نحو شرح المنتج المتكامل .

فقلنا أن المنتج السياحى ، هو منتج مركب ـ أى مجموعة من السلع والخدمات ، وليس خدمة فقط تؤدى إلى السائح . فالسياحة فى حد ذاتها من الصادرات غير المنظورة لأنها ليست منتج مادى ، ينقل من مكان إلى آخر ـ ولكن إذا نظرنا إلى الاستخدامات والبدائل التى يتعرض لها السائح فى البلد المصدرة للسياحة ، فسنجد أنه مثله مثل أى مواطن داخل البلد المضيف ، يتأثر بأسعار السلع والخدمات الداخلية ، وعليه فإنه إذا ارتفعت الأسعار انخفض الطلب السياحى

---

(١) د. جليلة حسن حسنين ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٣٧.

. وإذا انخفضت الأسعار . ارتفع الطلب السياحى على الخدمة السياحية .

أما من ناحية أثر المنتجات الكمالية ، أو الضرورية ، وعما إذا كانت السياحة تعتبر من المنتجات الضرورية أو الكمالية فإننا نرى أن السياحة الداخلية . تعتبر من السلع الضرورية لبعض الفئات الذين يتوفر لديهم ادخار بمعدل معين فى نهاية فترة محددة . كفترة الأجازات والعطلات . يمكنهم من الترويح عن النفس فيها ـ داخلياً ـ ولكنهم لا يستطيعون بهذا الادخار المتواضع مثلاً أن يقضون إجازاتهم فى باريس أو أسبانيا ـ ومن هنا تكون الخدمات السياحية بالنسبة لهم ، كاملة المرونة ، فأى ارتفاع فى أسعار الخدمات السياحية يؤثر على الطلب السياحى بالانخفاض وعدم الاستجابة للعرض أو الجذب السياحى ، ويبدو أن تلك الفئة هى فئة متوسطى الدخل .

أما السياحة الخارجية الدولية . فنقول أنها منتج جامد المرونة ، حيث أن المنتفعين بذلك المنتج ، دائماً من رجال الأعمال والمستثمرين وذوى الدخول المرتفعة جداً ـ ولا شك أن هؤلاء سيقومون بقضاء أجازاتهم الصيفية السنوية ـ فى فرنسا أو أسبانيا . مهما

ارتفعت أسعار الطائرات أو ارتفعت أسعار حجز الأماكن هناك ـ ولا يهمهم أسعار السلع فى تلك الدولة التى ينفقون أموالهم عليها ، انخفضت أو ارتفعت .

لذا نقول أن السياحة الداخلية ، من الضروريات لفئة معينة من المواطنين ، وهم ذوى الدخول فوق المتوسطة والذين يستطيعون أن يدخرون جزء من دخلهم من أجل الإنفاق على عنصر الترويح عن النفس ، لذا فإن السياحة بالنسبة لهم ـ منتج مرن حيث يحجبون عن العرض السياحى إذا ارتفعت أسعار الفنادق أو الشاليهات ـ أو ارتفعت أسعار السلع على شواطئ تلك الأماكن ، ويقبلون على ذلك المنتج إذا انخفضت أسعار الأماكن ، والسلع .

أما السياحة الخارجية أو الدولية ـ فهى منتج جامد المرونة ، لذات الأسباب التى ذكرناها آنفاً ـ وتنطبق الأسباب والظروف على جميع مواطنى الدول الأخرى من الطبقة المختلفة المذكورة .

المبحث الثالث
ظروف الطلب السياحي الدولي وخصائصه

لا شك أن هناك ظروف خاصة تؤثر على الطلب السياحي الدولي . هذا التأثير يكون بعيداً عن الدخل وأسعار الخدمات السياحية . أى أنها ظروف خاصة ، كما أن الطلب السياحي له خصائص ينفرد بها دون غيره ، لذا سنتجه إلى تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين وذلك على النحو التالي :

المطلب الأول
ظروف الطلب السياحي

١ـ الاستقرار السياسى :

فالسياحة بلا شك تتأثر بدرجة الأمان التى يحس بها السائح داخل الدولة المضيف ، وعلى ذلك فإن الدولة غير المستقرة سياسياً ، أو التى تتميز بالاضطرابات السياسية والاجتماعية ، تعتبر من أفقر الدول سياحياً ، أو بمعنى آخر يكون الطلب السياحى عليها شبه منعدم ، أما الدول المستقرة سياسياً . تتميز بأنها دولة غنية سياحياً وتحقق دخول مرتفعة من صناعة السياحة ، ولا يغفل القول هنا ـ أن عدم الاستقرار السياسى . لا يتأتى من ظرف عارض أو حادث طارئ . قد يحدث لأى دولة فى العالم . فالحادث الأليم الذى

حدث فى شرم الشيخ مؤخراً ، لم يؤثر على الطلب السياحى بصورة مباشرة ، بل أن التدفقات السياحية قد تأثرت فترة بسيطة ، ثم بدأت الوفود تتدفق من جديد ، أما عدم الاستقرار السياسى ، يأتى من أن يكون هناك دائماً صراع على السلطة بين الحكومة . وأقليات موجودة ، تندفع من وقت لآخر ، لإحداث تخريب أو انقلابات للحصول على السلطة ، ولا شك أن تلك الانقلابات والصراعات تؤثر على درجة الاستقرار السياسى للدولة .

ولا شك أن مثل هذه الدول ـ لا يكون هناك إقبال على مناطق الجذب السياحى فيها مهما انخفضت الأسعار ، ومهما كان بها من مغريات .

٢ـ الإعجاب والانبهار :

لا شك أن الانبهار بالمعالم السياحية والأثرية التى يستمتع بها السائح داخل الدولة المضيفة . تعتبر من أهم العوامل التى تؤثر على الطلب السياحى بالإيجاب ، فانبهار السائح يرجع لمدى اختلاف رأى السائح ووجهة نظره عن هذا المكان وعما لديه من معلومات عنه .

لذا فإن السائح عندما ينبهر بالمعالم السياحية فى تلك الدولة . سيجعله من المؤكد معاودة الحضور إليها مهما ارتفعت أسعارها ، ما دام قادراً على الإنفاق من حيث الأصل كما أن المتعة فى حد ذاتها عنصر معنوى حيث أن السائح يشعر بمدى الاهتمام الذى يحصل عليه داخل البلد المضيف وبأنه متميز عن بقية أفراد المجتمع ، وهذا فى حد ذاته نوع من أنواع الإعجاب بهذا الجو الممتع الذى لا يقدر بالتضحية المالية التى سينفقها ما دام قادراً من حيث الأصل على المتطلبات المالية للرحلة السياحية .

المطلب الثاني
خصائص الطلب السياحى

يتميز الطلب السياحى ـ بعدة خصائص نقوم بشرحها على النحو التالى :

١ـ الموسمية annual :

يتسم الطلب السياحى بأنه ذو صفة موسمية ، بمعنى أن هناك أوقات معينة من السنة ـ يصل إليها الطلب السياحى ذروته مثل أوقات الصيف وأجازة نصف العام الدراسية ، ويحدث ركود سياحى فى باقى شهور السنة ، لأن السياحة مرتبطة أصلاً بأوقات الفراغ ، والمتعة ، وأن هذا أو ذاك مرتبط بعنصر هام وهو عنصر التفرغ التام من العمل . ليستطيع قضاء أوقات فراغه فى الترويح النفسى بعيداً عن ضغوط العمل ومتطلباته .

كما أن ظاهرة الموسمية ترتبط بالعوامل المناخية والجغرافية من كل من الدولة المصدرة والمستقبلة للسائحين . وترجع أيضاً لموسم أجازات المدارس ، وعطلات المؤسسات الصناعية . حيث أن سياحة الأجازات تمثل الشق الأكبر من السياحة العالمية وهى تتصف

بالموسمية بعكس سياحة الأعمال وسياحة المؤتمرات التى تعتبر أكثر انتظاماً على مدار العام[١] .

ويترتب على معيار الموسمية فى الطلب السياحى ، عدة سلبيات مرتبطة كل الارتباط بأى وظيفة موسمية ، أو عمل موسمى أو نشاط موسمى ، وهى معاناة العاملين بهذا الحقل ، حيث يعانون ببطالة موسمية فى أثناء الركود السياحى ، مما يؤدى إلى هجرة هذه العمالة وتفضيلهم العمل فى أى قطاع آخر ، يدر عليهم دخل ثابت حتى ولو كان أقل من حيث القيمة ، ما دام سيكون هناك استقرار فى العمل والدخل ، ومن ناحية أخرى فإن استخدام الخدمات والتسهيلات السياحية قد يحدث لها ازدحام فى بعض أوقات السنة ، ويحدث ركود فى بقية أوقات السنة مما يؤثر على المستثمر فى القطاع السياحى فى عدم استخدام كفء أو عدم تخصيص الموارد أحسن تخصيص ، وبالتالى يفقد مزايا الفرصة المربحة[2] .

(١) د. جليله حسن حسنين ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٤٠ .

(2) S.F. win, M.Z Brooke, pj, Buckely, The management of international tourism, London 1991 P 41 – 42

أى بمعنى أن الفرصة البديلة . بالنسبة للمستثمر فى قطاع السياحة تعتبر ذو تكلفة عالية جداً ، فى أوقات الكساد وعلى المستثمر أن يحاول تعويض ذلك أثناء الرواج السياحى .

٢ـ الحساسيـــة :

يقصد بالحساسية في النشاط السياحى ، مدى تأثر النشاط السياحى بالظروف الاقتصادية والاجتماعية ، وذلك وفقاً للمعايير التى تكون مؤثرة إلى حد ما . أو إذا كانت تلك المعايير تمنع النشاط السياحى من أصله .

فنجد أن التغيرات الاجتماعية مثلاً ، تؤثر فى النشاط السياحى إما بالرغبة أو الاهتمام ، وفقاً لنوع التغير نفسه الذى حدث ، كما يتأثر النشاط السياحى بأوقات الرواج والكساد الاقتصادى / فيزيد النشاط السياحى فى فترات الرواج الاقتصادى ، ويقل وينخفض في أوقات الكساد **deffation** الاقتصادى .

كما أن النشاط السياحى يتأثر بالمغريات السياحية والانبهار التى تضيفه الدولة المضيفة على الخدمات السياحية ، فنجد أن النشاط السياحى يزيد ويتدفق كثيراً بالنسبة للدول التى يحس منها السائح بمدى العناية الكبيرة والجاذبية السياحية فى خدماتها .

وتضفى على السائح نوع من البهجة وتمنحه الثقة والطمأنينة وتكسبه خبرة ثقافية وعلمية ، فى حين تقل السياحة فى الدول التى يكون فيها النشاط السياحى تقليدى غير متطور ، لا يستحدث الأجهزة الخدمية التى تُمنح للسائح . مما يؤثر على سيكولوجية السائح بالسلب والملل[1] .

كما أن النشاط السياحى يتأثر بالعقارات السياسية والاقتصادية ، فنجد أن المناخ السياسى والاقتصادى المستقر يعيش فى رحاب نشاط سياحى متدفق مستقر ، آمن ، فى حين نجد أن هناك عذوف ورفض للجذب السياحى فى الدول التى يحدث فيها انقلابات سياسية أو حروب أو توقعات **prospects** للحروب[2] .

كما أن النشاط السياحى يتأثر سلبياً بالظروف الاجتماعية والسياسية فى المدى المتوسط والقصير ، وأيضاً فى المدى الطويل ، فنجد أنه فى حالات المدى المتوسط مثلاً ، يتأثر النشاط السياحى باضطرابات العمال والمظاهرات التى تتضمن حركات عنيفة ، وخاصة

---

(١) د. صلاح عبد الوهاب ـ التنمية السياحية ـ القاهرة ـ ١٩٩١ ص ٣٣٧ ـ ٣٣٨ .

(٢) المرجع السابق ص ٣٣٨ .

تلك التى تكون متصلة بقطاعات متصلة بالنشاط السياحى . مثل قطاع الطيران أو النقل البرى أو البحرى .

أما التأثر الذى يحدث للتغيرات الطويلة الأمد ، فتحدث فى حالات الخراب والدمار . التى تحدث فى حالات الحروب المدمرة والتى تحتاج لفترة طويلة ، لإعادة البناء ، واستقرار الأوضاع السياسية ، حتى ولو كانت تلك الدول من النوع الجاذب للسياحة بصورة كبيرة ، طالما أن السائح لن يجد أمان فى رحاب تلك الظروف المقلقة [١] .

ولا شك أن الحركات الإرهابية التى تحدث داخل الدول ، تؤثر بطريقة سلبية على التدفق السياحى ، فى تلك الدول ، فنجد أن اليونان التى عانت فى فترة الثمانينات من انخفاض النشاط السياحى ، لوقوعها فى منطقة اضطرابات الشرق الأوسط ، انخفض النشاط السياحى لديها ، رغم محاولات الجذب السياحى التى لجأت إليه . ورغم جميع المغريات التى تعد لها اليونان للنشاط السياحى من بناء الفنادق ذات المستوى الرفيع . والخدمات السياحية الرائعة . إلا أن القلق السياسى المتمثل فى الحروب التى حدثت فى منطقة الشرق

---

(1) Eric laws tourism Marketing service and quilty management perspectives 1991, p.p 22 – 24 .

الأوسط ، كالحركات الإيرانية العراقية ، الاضطرابات الداخلية فى لبنان وغيرها قد أثر على السياحة لديها ، إلا أن النشاط السياحى بدأ ينتعش مرة أخرى فى اليونان مؤخراً بعد استقرار الأوضاع ، على الرغم من أن الوضع بدأ يدخل فى دوامة القلق مرة أخرى بعد الاضطرابات التى حدثت فى العراق والقلق السياسى فى إيران .

كذلك عانت السياحة فى أوروبا فى فترة الثمانينات من عجز المنطقة الأوربية عن إدماج السائح فى رحابها بعد حركات الإرهاب التى حدثت فى تلك الحقبة ، التى تضمنت خطف الطائرات ، ثم الهجوم الإرهابى على مطارات روما وفيينا ، فعذف السائح الأوروبى عن منطقة أوروبا ، واختار منطقة غرب البحر المتوسط بعيداً عن تلك الاضطرابات السياسية ، كما تأثرت السياحة باضطرابات العمال فى أوروبا فى تلك الفترة أيضاً ، وتلك التى كانت بين النقابات العمالية ، وإدارة الطيران المدنى ، والتى أدت إلى فوضى فى تلك الفترة مما أدى إلى عذوف السائح عن السياحة فى تلك المنطقة[1] .

لا شك أن المنتج السياحى مثله ، مثل أى منتج يتأثر بقانون العرض والطلب ، ويتأثر أيضاً بمدى التكنولوجية المرتفعة المستوى

---

(١) د. جليله حسن ـ مرجع سابق ص ٤٤ ـ ٤٥

التى تتصف بها الخدمات السياحية فتؤدى إلى زيادة الطلب على تلك البلدان التى تدخل نظام التقنية العالية على مستوى خدماتها . كما أن متوسط دخل الفرد على مستوى العالم يؤثر تأثيراً كبيرا على متوسط الطلب السياحى ، فارتفاع دخل الفرد المتاح . يؤدى إلى ارتفاع معدل وحجم الطلب السياحى ، كما أن التطورات الاجتماعية التى تحدث مثل انخفاض عدد ساعات العمل ، وإمكان حصول العامل على فترات أجازة أطول . وخفض سن التقاعد كل ذلك يتيح الفرصة أكثر لزيادة الطلب السياحى . وهى تلك الظروف التى تسمى بظروف الطلب السياحى التى تؤدى إلى زيادته ، وكما ذكرنا من قبل أن هناك ظروف أيضاً تؤدى إلى نقص معدل الطلب السياحى وهى الظروف السياسية والاقتصادية السلبية .

المبحث الرابع
محددات وعوامل الطلب السياحي الدولي

يمكن أن نقسم هذا المبحث إلى مطلبين ، الأول نتكلم فيه عن محددات الطلب السياحي الدولي ، ثم نتجه في المطلب الآخر إلى تحديد عوامل الطلب السياحي في ضوء الاعتبارات الاقتصادية والسياسية .

المطلب الأول
محددات الطلب السياحى الدولى

يمكن أن نجعل محددات الطلب السياحى الدولى فى عدة اعتبارات اقتصادية هامة تتلخص فى النقاط الآتية :

١ـ مستوى الدخل :

من المعروف أن هناك علاقة طردية بين مستوى الدخل ، والإنفاق فإذا كان مستوى الدخل متوسط ، وارتفع مستوى الدخل عن معدله المتوسط ، كلما اتجه الفرد نحو استخدام ذلك الجزء من الدخل الفائض ، إما إلى إدخاره ، أو إما إلى انفاقه على وسائل الترفيه النفسى الذى يعيد له قوته ونشاطه لفترة لاحقة .

والمعروف أن متوسط دخل الفرد يتحدد على أساس دخل الدولة على عدد السكان ، ويمكن الوصول إلى متوسط دخل الفرد لأى

دولة في العالم . من النشرات الاقتصادية التى تعدها منظمات الأمم المتحدة للتنمية الاقتصادية كالبنك الدولى ، وصندوق النقد الدولى وغيرها .

وكما قلنا أن هناك ارتباط وعلاقة طردية . بين زيادة الدخل والانفاق ، ولا شك أن ارتفاع متوسط دخل الفرد يؤدى إلى زيادة الانفاق على النشاط السياحى أى أنه يؤدى إلى زيادة الطلب السياحى . كما أن العلاقة الطردية التى حدثت فى سبعينيات القرن الماضى . تؤكد أن العلاقة الطردية التى كانت مرتبطة بين ارتفاع دخل الفرد والسياحة لم تعد قاصرة على الأفراد الأثرياء ورجال الأعمال من الدول المتقدمة ، بل أثبتت التجارب والاحصائيات أن السياحة والطلب السياحى قد ارتفع حجمه بالنسبة للطبقات المتوسطة الدخل ، وذلك فى حالة ارتفاع دخلهم عن المعدل الطبيعى المتمثل فى تلبية المتطلبات الأساسية للحياة . وخاصة فى تلك التنظيمات الجماعية التى تقوم بها بعض الجمعيات الاجتماعية فى الدول المتقدمة . تلك الدول التى يصل متوسط دخل الفرد فيها إلى ٧٠٠٠ دولار فى السنة . إلا أن هناك دول مرتفعة الدخل يصل متوسط دخل الفرد فيها إلى ١٢٠٠٠ دولار سنوياً . ويوجد شريحة أخرى لدول أقل تقدماً . يصل

فيها متوسط دخل الفرد إلى ٣٥٠٠ دولار سنوياً ، وهى الدول متوسطة الدخل .

أما الدول النامية ـ فإن متوسط دخل الفرد فيها ما بين ٦٠٠ دولار ، ٢٥٠٠ دولار سنوياً ، ويصل معدل متوسط دخل الفرد فى مصر حوالى ٧٠٠ دولار فى السنة .

والقول بأن الطبيعة السياحية قد تغيرت ، لتشمل أفراد الدول متوسطة الدخل ، فالمقصود بها متوسطى الدخل فى الدول المتقدمة ، أى التى يصل متوسط دخل الفرد فيها ٧٠٠٠ دولار فى السنة ، أما وأن دولة مثل مصر ، يصل متوسط دخل الفرد فيها ٧٠٠ دولار فى السنة ، فلا شك وكما قلنا من قبل أن السياحة الدولية قد تكون منعدمة بالنسبة لهذه الشريحة من الدخل ، وتنحصر على رجال الأعمال ، والمستثمرين الذين تتقارب دخولهم من تلك الدخول المتراكمة فى الدول الرأسمالية المتقدمة .

٢ـ مرونة الطلب الدخلية :

يقصد بمرونة الطلب الدخلية ، مدى استجابة الطلب على منتج معين ، للتغير الذى يحدث فى الدخل . أو بمعنى

آخر . درجة استجابة العرض السياحى الذى يقبل عليه السائح .
نتيجة للتغيرات التى تحدث فى دخل السائحين .

أى بمعنى أن المرونة الدخلية = التغير فى العرض السياحى / التغير فى الدخل

وتختلف السلع والخدمات بصفة عامة ، فيما بينها بالنسبة للمرونة الدخلية ، حيث تتميز بعض السلع أو الخدمات بمرونة دخلية عالية ، أى بمعنى أنها تستجيب بسرعة فى توسعها على أثر الزيادة فى الدخل ، بينما نجد أن البعض الآخر من السلع والخدمات لا تتأثر كثيراً فى حالات التغير فى الدخل ، كما فى حالات السلع الدنيا ، حيث أن زيادة الدخل لا يجعل المستهلك يقبل على شراء كمية أكبر من تلك السلع الدنيا . حيث أن سعرها لا يمثل إلا جزء بسيطاً من الدخل ، سواء ارتفعت أسعارها ، أو انخفضت أسعارها .

وعند تطبيق المفاهيم الخاصة بمرونة الطلب الدخلية ، على الدراسات السياحية لمعرفة مدى استجابة الطلب السياحى للتغير فى الدخل . وجد أن السلع الدنيا **inferior goods** تطبق أيضاً فى مجال الدراسات السياحية . فعلى السبيل أنه لو كانت أسرة تعيش فى ليبيا وتقوم بقضاء أجازتها الصيفية المعتادة فى مصر . يمكن لها

أن تسافر إلى فرنسا عند زيادة دخلها الحقيقى ، وفى هذه الحالة فإن السياحة فى مصر تصبح فى مرتبة الخدمة الدنيا . بينما السياحة فى فرنسا تصبح بمثابة الخدمة العادية [١] .

كما أنه يمكن اعتبار السياحة الدخلية بمثابة سياحة دنيا . واعتبار السياحة الدولية من السياحة العادية ـ وفقاً لتغير مستوى الدخل الحقيقى بالزيادة فى حالة السياحة الدولية .

لذا يمكن أن نقول ، أن مرونة الطلب الدخلية لجميع أنواع السياحة (الدنيا) سوف تتخذ إشارة سالبة لأنها لن يتغير الطلب عليها مهما تغير الدخل ، أما بالنسبة للسياحة الدولية (العادية) فتتجه نحو أخذ إشارة موجبة ، تأكيداً على أن السياحة الدولية (العادية) من أنواع الخدمات الكمالية **luxury** ، وقد تم عمل اختبار لهذا الافتراض فى الدراسات التطبيقية ووجد تأييداً عاماً من جميع دراسات مرونة الطلب السياحى الدولى على أن السياحة الدولية ـ تعتبر كمالية ، فى حين أن السياحة الدخلية ، سياحة من النوع الدنيا **enferior** .

---

(١) د. جليله حسن ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٥٤ ـ ٥٧

علماً بان التقديرات التى يتم تقديرها فى فترة زمنية سابقة لا يمكن الإهتداء بها فى المستقبل ، فلا يمكن مثلاً أخذ تقديرات الثمانينات لاعتبارها مثال حى فى الألفية الثانية مثلاً ، فقد تتجه بعض الدول التى كانت تعتبر بمثابة سياحة من النوع الدنيا . قد تتحول فى المستقبل لتصبح من النوع الدولى (الكمالية) ، إذا ما استطاعت تلك الدولة تغيير جميع خدماتها السياحية لتصبح على مستوى عال من الخدمات . فمصر يمكن لها فى خلال سنوات قليله ، وعلى أثر عناية خاصة بالمجال السياحى أن تصبح من نوع من السياحة الدولية ، لما تتمتع به الثروة الطبيعية ذات القيمة القصوى والتى قد لا تتاح فى كثير من دول العالم .

٣ ـ التكلفة والمرونة السعرية :

تعد التكلفة أحد المحددات الهامة للنشاط السياحى . فكلما كانت التكلفة معقولة ، كلما كان هذا دافعاً على زيادة النشاط السياحى الدولى ، أما إذا كانت التكلفة مرتفعة فلا شك أن هذا سيجعل السائح ـ يبحث عن مكان آخر أقل تكلفة . وعلى الرغم من أن التكلفة مرتبطة بالدخل . وأنها عنصر من عناصر الدخل . فكلما كان الدخل مرتفع كلما كان النصيب النسبى للسياحة من الدخل

مرتفع ، إلا أن هذا ليس على الإطلاق ، فقد يكون الدخل مرتفع إلا أن هناك من التكاليف المختلفة الأخرى التى تجعل السياحة ليست من الأشياء الضرورية ، وتجعل نصيبها النسبى منخفض إلى حد ما ، أن تكون هناك مرونة سعرية عالية على الخدمات الدولية .

وعلى ذلك فإنه يجب أن تكون السياحة الدولية ، ذات خدمة وآثاره مرتفعة ، كذا يجب ألا تكون التكلفة مرتفعة جداً ، لدرجة أن يجعل السائح يعزف عنها ، حتى ولو كانوا ، أصحاب الدخول المرتفعة ، فليس من المعقول أن يكون شخص دخله السنوى ٢٢,٠٠٠ دولار ويتكلف فى رحلته السياحية فقط ١٢,٠٠٠ دولار فكيف يفى بقيمة متطلبات حياته .

ويدخل فى نطاق التكلفة الخدمات السياحية البديلة ، وهى تلك التى تم عرضها فى دول سياحية أخرى ، وتكون متقاربة فى المستوى العام لهذه الخدمات ، مع فارق السعر ، فكلما كان البديل كامل ، وأقل سعراً ، كلما كانت درجة المرونة على الخدمة الأصلية كاملة ، أما إذا كانت الخدمة السياحية البديلة غير كاملة ، كلما كانت درجة المرونة على الخدمة السياحية الأصلية جامدة .

بمعنى أن سائح من إيطاليا ـ تعود أن يقضي اجازته في فرنسا . فإذا كانت خدمة سياحية على مستوى راقى في بلد مصيفية أخرى ولكنها تقل في التكاليف ،فإن السائح يختار الخدمة السياحية البديلة . وبالتالى تتجه فرنسا إلى الارتفاع بالخدمة السياحية التى لديها . ومن هنا يتم خلق المنافسة **competition** ولا شك أن المنافسة والتقارب بين مستوى الخدمات يخلق منافسة في الأسعار مما يجعل درجة المرونة إلى حد ما كاملة على الخدمات المعروضة في دول مختلفة .

٤ ـ العوامل التكنولوجية :

لاشك أن العوامل التكنولوجية تدخلت في كل نواحى الحياة المختلفة ، حتى أصبح العالم من خلال هذه العوامل قرية صغيرة ، يمكن التحكم فيها بسهولة .

ولا شك أن دخول عنصر التكنولوجيا في صناعة السياحة . كان له أثر كبير على توفير عنصرى الوقت والنفقة **cost** حيث أن السفر لملايين الأميال لا يستغرق في الطائرة أكثر من بضعة ساعات قليلة . مما يجعل السفر في أمان تام . كما أن عنصر الراحة التى توفره الطائرات وما بها من وسائل راحة **comfort** يعطى للمسافر

استقرار نفسي ومتعة أثناء السفر ، يجعل من السهل اتخاذ قرار السفر بسرعة ، ومن ناحية أخرى نجد أن أسعار الطائرات والمواصلات البحرية والبرية قد انخفضت كثيراً عما كانت (قيمة حقيقية) ، وذلك بفضل تدخل عنصر التكنولوجيا ، الذى يحقق وفرة فى الإنتاج لهذه الآلات المعقدة .

كما كان لعامل التكنولوجيا ، أثره على دخول بعض الدول الأفريقية ذات المناخ الاستوائى منافسة الخدمات السياحية وذلك بفضل الخدمات الفندقية المزودة بأجهزة التكييف الرائعة التى تجعل السائح لا يشعر بحرارة الجو ، حيث كل شئ مكيف ، المنزل ، السيارة الأجهزة الحكومية ، كما أن عامل التكنولوجيا قد يدخل من خلال القمر الصناعي ووجود التلفزيون وبرامجه الفضائية ، بحيث نجد أن السائح يمكن[1] له أن يشاهد كل برامج العالم ، وهو فى أى بلد أخرى مهما بعُدت .

٥ـ الاستقرار الاقتصادي :

ولا شك أن الاستقرار الاقتصادى عامل أساسى لزيادة الطلب السياحى ، حيث أن استقرار الأسعار ، وعدم تعرض الدولة

---

(١) د. جليله حسن ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٦٦ ـ ٦٧

السياحية لأىأوبئة أو أمراض . واستقرار الناتج الكلى الاجمالى cross product ، أو انخفاض معدل البطالة تحقق انتعاش اقتصادى فى الدولة المضيفة . فالاضطرابات والأحداث التى تحدث داخل الدولة المضيفة ، تؤثر على دخلها الاجمالى ، مما يؤثر على مستوى الخدمات والأسعار داخل تلك الدولة ، مما يعرض الطلب السياحى عليها للانكماش .

فعلى سبيل المثال ، أدى العجز الدائم فى ميزان مدفوعات بعض البلدان ، إلى وضع قيود معينة على التصرف فى النقد الأجنبى فى تلك الدول ، مما أثر على حركة السياحة هناك ، كما أن حركات الاضطرابات داخل النقابات العمالية فى مطارات أو شركات الطيران فى بعض الدول أثر على حركة الطلب السياحى هناك .

عموماً - فإنه كلما كان هناك استقرار **settlement** فى الأسعار ، والناتج ، واستقرار اجتماعى وسياسى مع ارتفاع فى مستوى الخدمة ، يؤدى إلى زيادة الطلب السياحى على هذه الدول ذات نفس المواصفات والعكس صحيح ، . ينخفض الطلب إذا تعرضت تلك المعايير للاضطراب .

المطلب الثاني
عوامل الطلب السياحى

هناك بعض العوامل التى تتداخل مع محددات الطلب السياحى ، فتؤثر فيه بالإيجاب ، أو تغير من نسبته المعتادة ، هذه الظروف يمكن اجمالها فى الآتى :

١- عوامل سلوكية :

لا شك أن الأنماط السلوكية للأفراد ، تحدد إلى حد ما طريقة الانفاق وكميات هذا الانفاق **spend** ، فالمجتمع عبارة عن شرائح مختلفة ، كل شريحة لها عاداتها وسلوكياتها فى اختيار السلع التى تنفق عليها جزء من دخلها ، وهناك جزء كبير من تلك الاختيارات تتم بطريقة التفاخر الاجتماعى ، والبذخ المتعمد ، ليس لشئ إلا لمجرد أن يكون ذلك عبارة عن تمييز استهلاك عن بقية شرائح المجتمع ، كذلك فإن الأذواق الاستهلاكية والتى تتغير بتغير النظام الاجتماعى ، تؤثر بدرجة كبيرة على عنصر الطلب بصفة عامة ، والطلب السياحى بصفة خاصة ، فالأذواق الاستهلاكية قد تؤدى إلى نقص الطلب بصورة جماعية على بعض السلع والخدمات إلى حد يؤدى إلى كساد نشاط تلك السلعة أو الخدمة ، وربما يزداد الطلب

على سلعة جديدة بصورة جماعية مما يسبب رواجاً شديد لمنتجها دون سابق إنذار .

فأثناء وجود موضة **fashion** معينة للشباب فى الملابس أو حتى فى مأكل الوجبات السريعة **fast meal** ـ نجد أن هناك موضة أخرى قد ظهرت يتعلق بها الشباب ، فيزيد الطلب على هذه السلعة وينخفض الطلب بصورة كبيرة على السلع المرتبطة بالموضة السابقة وهكذا .

والنمط السلوكى ينطبق أيضاً على النشاط السياحى ، فهناك طبقة معينة فى المجتمع ، لا يقبلون بصورة أو بأخرى ، قضاء إجازاتهم فى سياحة داخلية ، ليس لأن الخدمات السياحية داخل الدولة ليست متطورة أو تليق بالمستوى الاجتماعى لتلك الفئة ، ولكن من أجل التفاخر بالسفر للخارج وقضاء الإجازة على شواطئ باريس أو إيطاليا ، وعليه فإن تلك الخدمات ترتفع أسعارها بصورة كبيرة . ورغم ذلك فإن الطلب عليها يظل جامد المرونة ، لأن أصحاب الطلب عليها لا يتأثرون بأى محددات أخرى ، سوى المحدد السلوكى التفاخرى .

كما أن تعود العائلة على قضاء الأجازة الصيفية فى مكان ما ، يجعل ذلك التعود فى حد ذاته متعة لا يناظرها أى متعة أخرى ، مهما ارتفعت أسعار ذلك المكان ، فالانفاق وتجهيز المأكولات ، والاستعداد لهذه الرحلة فى حد ذاته متعة ، حتى وبعد أن يكبر الأولاد ، يتوارثون ذلك السلوك ، ويصبحون أكثر التصاقاً بهذا المكان ، ويعاودهم الحنين لقضاء أجازاتهم فى الأماكن التى كانوا يقضون فيها أوقات الطفولة والشباب الأولى ، وتصير تلك الأماكن أكثر التصاقاً بالذهن والسلوك ، حتى ولو ارتفعت أسعارها ، يظل الطلب عليها مستقر ، وتزيد بزيادة المحاكاة ، أى بالتقليد من عائلات أخرى .

فالمحاكاة والتقليد ، هى صفة مرتبطة بكل مجتمعات العالم النامى ، فشعوب الدول النامية يسيطر عليهم المحاكاة والتقليد فى سلوكيات الآخرين ، حتى ولو كان هذا السلوك تفاخرى وبذخى .

ومن ناحية أخرى ، وفى معظم الدول النامية أيضاً ، والإسلامية بشكل خاص ، يتعاملون مع السياح الأجانب على أنهم فئة دخيلة على المجتمع ، وأن الاستفادة منهم لا تعادل قيمة الضرر الذى يقع على المجتمع ، ولا شك أن هذا السلوك السلبى من شعوب

تلك المجتمعات ، ينعكس على السياحة ، انعكاسا ضاراً ، حيث أنه ومن المفترض أن تتعامل مع الأجانب على أنهم ضيوفاً لفترة معينة . نتعامل معهم بترحاب لأن هؤلاء مصدراً للدخل القومى من العملات الأجنبية . ولابد أن يتضمن وسائل الإعلام ، بعض البرامج عن الإرشاد السياحى وكيفية التعامل مع السائح الأجنبى . فالسائح الأجنبى يقوم بتمويل الاقتصاد القومى بعملات أجنبية ، تحقق توازن في الخدمات غير المنظورة . وتحقق بالتالى توازن فى ميزان المدفوعات ، وليس كما يقصد بعض الناس أن الأجنبى جاء ليشاركنا في مواردنا الاقتصادية ، أو جاء ليأخذ مواردنا . هذا اعتقاد خاطئ يؤثر على مستوى السياحة . لأن مثل هذا السلوك ، ورغم أنه ليس سلوكاً عدوانياً ، إلا أنه سلوكاً سلبياً ، يتم نقله إلى مجتمعات العالم . ويعطى صورة غير حضارية عن المجتمعات النامية ، وهذا دور الإعلام فى تلك الدول . فجميع الوزارات لها دوراً هاماً فى تطور صناعة السياحة .

٢ـ الأنشطة المتعثرة :

من المعروف أن جميع الأنشطة الاستثمارية . وفيها الأنشطة السياحية تعتمد على القروض فى تمويل مشاريعها . ووفقا

لما هو ثابت بمجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار ، فإن قيمة تمويل المشروعات ، حوالى ٥٠ ٪ من قيمة رأس المال المستثمر ، وكما هو ثابت فإن الفوائد على القروض تتعدى ٢٠ ٪ بعد احتساب العملات ، وعليه فإن تلك المشروعات وخاصة المشروعات السياحية موسمية الطلب ، أى أن الطلب عليها يزيد فى مواسم الصيف وأجازات المدارس والجامعات ، أما بقية العام تعتمد على السياحة الدخلية وهى قليلة أيضاً أثناء المدارس اللهم إلا بعض الرحلات الجماعية من المدارس والجامعات ، على بعض الآثار والأماكن الثقافية ، مما يجعل تلك المشروعات تمر بضائقة مالية فى اول عمرها الإنتاجي .

ومع كثرة ديون تلك المشروعات ، وأقساط الفوائد قد تتعثر ، وتكون مهددة بالإفلاس ، مما يؤثر على الطلب السياحى بصورة عامة ، مع تلك الدولة .

لذا فإنه يجب أن يدرك المسئولون عن النشاط السياحى تلك المعوقات ، وتشجيع المشروعات السياحية بكثير من المسموحات الضريبية ، والتأمين على تلك المشروعات ونظام التأمين على الأنشطة السياحية والفندقية ضد مخاطر عدم وصول السائحين أو نقص عددهم فى الأحوال الاستثنائية وذلك كما فى حالة الكساد ، أو لظروف

سياسية تمر بها الدولة . ووضع نظام للتأمين مع وضع استراتيجية لهذا البرنامج ، لتأمين الأنشطة السياحية التى يعتبر من أعمدة الاقتصاد القومى [١] .

٣- تضارب وتعقيد القواعد والقوانين المنظمة للنشاط السياحي :

يوجد تضارب وتداخل بين القوانين والقواعد المنظمة للقطاع السياحى . ولا شك أن ذلك يحد من إمكانية إنشاء مشروعات سياحية جديدة . ويؤثر على الطلب السياحى وتطوره فى المستقبل .

فنجد مثلاً أن الأنشطة السياحية تتبع أكثر من جهة ، فالمناطق الأثرية تتبع هيئة الآثار ، وان المناطق السياحية الجديدة تتبع وزارة التعمير ، كما تتبع الوزارات الأخرى كل فى مجال تخصصه ، وأن النقل النهرى يتبع وزارة الرى ، فى حين أن محطة الركاب البحرية تتبع وزارة النقل[٢] .

عدم وجود سياسة محددة فى التصرف فى الأراضى التى تصلح لأنشطة سياحية . وارتفاع أسعارها ، فى حين نجد أن هناك مناطق قد تصلح بالفعل ولكنها لم تستصلح ولم يدخل إليها نطاق التخطيط -

---

(١) د. وجيه شندى - خسائر المنشآت السياحية - الأهرام الاقتصادى العدد ١٢٩٣ لسنة ١٩٩٣ ص ٢١

(٢) د. صلاح عبد الوهاب - المعوقات التى تعترض نمو الحركة السياحية - وزارة السياحة - القاهرة - ١٩٨٢

هذا في حد ذاته قصور تخطيطي يجب أن يعالج وبسرعة من أجل تنمية السياحة في الدول النامية بصفة عامة ، ومصر بصفة خاصة . فعلى سبيل المثال توجد مناطق في مصر مثل الشروق ، والرحاب قد تم تعميرها جزئياً من أجل خلق طلب سياحي على تلك المناطق رغم أنها مناطق جميلة وسياحية من الطراز الأول ، كما أنه لا يوجد اعتمادات كافية مخصصة للإحلال والتجديد للفنادق المملوكة للدولة ، مما يؤدى إلى تدهورها ، وعدم تجديدها مما يؤثر على الطلب السياحي .

قيام وزارة الكهرباء، والبترول والطاقة، بمحاسبة المشروعات السياحية التي أنشئت في ظل القانون ٤٣ / ١٩٧٤ بالأسعار العالمية ، في حين أن أسعار بيع الخدمات السياحية تحاسب وفقاً للقانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ ، مما يعد تضارب جهات المحاسبة ، ويؤثر على إنشاء مشروعات سياحية جديدة علاوة على تعقد اجراءات الموافقة على إنشاء المشروعات الاستثمارية السياحية والبطء في تنفيذها .

٤ـ العوامل الثقافية :

لا شك أن العوامل الثقافية ، تؤثر على جميع فئات المجتمع ، والعوامل الثقافية ليس التعليم ، أو التعليم فقط فهناك

معايير أخرى تمكن أن تدخل ضمن العوامل الثقافية . فالعادات الموروثة تعتبر من العوامل الثقافية ، والدين من العوامل الثقافية المؤثرة على سلوكيات أفراد المجتمع .

فوجود الفرد فى المجتمع . ومدى تكيفه مع أفراد المجتمع . متوقف على اكتساب العادات الراسخة الإيجابية التى لا ينفرد فيها بقية أفراد المجتمع ، فاتجاه بعض الأشخاص إلى التدخين فى المواصلات العامة يعتبر من العادات التى أصبحت سيئة وراسخة لدى معظم أفراد المجتمع . لذا فإن وجود شخص فى وسائل المواصلات العامة ويقوم بالتدخين ، لا شك أن هذا السلوك يسترعى انتباه الجميع . كذا المؤثرات الدينية . فوجود شخص فى الطريق العام يرافق فتاة فى وضع يخدش حياء الجميع يعتبر من العادات المخالفة لقيم المجتمع والقيم الدينية . وهكذا فإن وجود أى شخص داخل مجتمع - يتطلب الاندماج فى العقائد والعادات الموروثه - وكل ذلك يعتبر من المعايير الثقافية .

أما كيف تؤثر العوامل الثقافية على النشاط السياحى فإن تلك العادات تؤثر على بعض الفئات التى توارثت على قيم أصبحت راسخة بأن السفر إلى الخارج - لغير طلب الرزق يعتبر بدعة . وفساد

أخلاق لاختلاطه بالأجناس الأجنبية وهذا يرتبط بالفئات التى تقطن فى الريف وصعيد مصر ، أما الطبقات التى نالت من التعليم الجامعى قسطاً كبيراً واختلطت بالأجناس الأخرى خلال رحلات فى عطلات الجامعة ، فإن هؤلاء يكون لديهم الميل نحو رحلات سياحية أخرى حتى بعد الدراسة .

كما أن عامل اللغة له أثر ثقافى كبير على النشاط السياحى ، فبعض السياح يفضلون الذهاب إلى بلاد يفهمون لغة أهلها ، حتى يسهل عليهم الاستمتاع برحلتهم ، والبعض الآخر يفضل السياحة فى أماكن لا تتفق مع لغاتهم ويعتبرون أن اكتساب بعض المصطلحات المفردات الجديدة من تلك الدول خبرات وثروات جديدة ، ويكتفون بالفهم عن طريق الإشارات وبعض الترجمة الركيكة[1] .

كما أن معرفة السائح بتلك القيم الراسخة لدى الدولة المضيفة ، ستعمل على نمو العلاقات بين السياح ومواطنى الدولة المضيفة ، فاستخدام كل السلوكيات التى ترضى الشعب المضيف ، سيجعل عنصر الإندماج أكبر وتخلق روح من الود والمحبة ، بعكس إذا ما تصرف السائح بسلوكيات لا تتمشى مع أخلاقيات وعقائد المجتمع

---

(١) انظر د . جليله حسن ـ مرجع سابق ص ٩٧

المضيف . فإن هذا يكون له وقع شئ . ولا شك أن هذا دور القوافل السياحية إلى الدول الأخرى . فالقوافل السياحية التى تعمل على تنشيط السياحة ، مثل المواسم الرسمية لها ، لابد أن ترسخ فى عقول مواطنى الدول الأجنبية . العادات الراسخة فى عقول وضمير الشعوب الإسلامية . والعربية ، تلك العادات التى لايمكن أن تتخلى عنها تلك الشعوب ، من أجل الإندماج مع تلك الشعوب بجو من المحبة .

كما أن عوامل الجذب الثقافى للسياحة ، يدخل فى نطاق زيادة الطلب السياحى ، فهناك عدة عوامل للجذب السياحى ، عن طريق الوسائل الثقافية مثل المكتبات والمتاحف والمعارض ، مشروعات الأفلام المشتركة بين البلدين ، البرامج المشتركة على الفضائيات فى T.V ، المسرحيات والعروض الموسيقية ذات الأصل الأجنبى ، وكلها وسائل جذب سياحى ، وبالتالى وسائل ثقافية لزيادة الطلب السياحى فى الدولة المضيفة .

٥ ـ العوامل البيئية :

يمكن تعريف البيئة الطبيعية بأنها الإطار الخارجى الذى يجمع بصورة متكاملة العناصر الطبيعية والبيولوجية

والحضارية والتاريخية . حيث يعيش الإنسان ككائن بشرى مع الكائنات الأخرى ، من نبات وحيوان وجماد فى كيان طبيعى موحد . ومتناسق يسوده التجانس وعدم التنافر والصحة العضوية والنفسية والبقاء على كل عنصر من عناصر هذه البيئة . وهذا هو التـــوازن الطبيعى الذى خلقه الله تعالى[(١)] .

إن الاهتمام بالطبيعة التى خلقها الله ، كنز من كل الوجوه فهى إيمان بالله وشكر له على ما خلق من ابداعات لابد من المحافظة عليها ، كذا خلق جو جميل مبدع ، يستمتع به السائح ، فالانتقال من مكان يحس الإنسان فيه بالرتابة والملل ، إلى مكان آخر يطلب منه الراحة والتغير ، ينسى خلاله الملل ومتاعب العمل اليومية ، لابد أن يتضمن ذلك تهيئة كل الظروف الطبيعية ، والمناخية . لاستقبال السياح ، إن خلق بيئة صناعية للعناية بالبيئة التى خلقها الله تعالى وتساعد على تنمية ما أبلى من الاستخدامات البشرية . تحقق عناصر الجذب السياحى .

---

(١) د. صلاح عبد الوهاب ـ التنمية السياحية ـ مرجع سابق ص ٥ ـ ٩ .

الفصل الثالث
العرض السياحى
tourisrt supply

يتمثل العرض السياحى ، فى كمية السلع والخدمات التى تعرضها المشروعات الخاصة والعامة والمحتمل إقبال من السياح عليها ، مع حدوث تنافس فيما بين تلك المشروعات من أجل تحقيق أقصى ربح .

والعرض السياحى يمكن شرحه من حيث الواقع أو من حيث الجانب النظرى ، فمن حيث الواقع ، نجد أن العرض السياحى ، هو الوجود الفعلى لمجموعة الخدمات السياحية ، مثل خدمات الإسكان التى تبيعها الشركات العاملة فى هذا المجال كالشاليهات ، والشقق المفروشة وايجار الغرف فى الفنادق وغيرها ، كذا تشمل خدمات النقل مثل النقل البرى والبحرى والنهرى كالطائرات والسفن والليموزين وغيرها . كما تتمثل فى خدمات الجذب السياحى التى تصطنعه الدولة مثل المعارض والكرنفالات والعروض الفلكورية والمسارح . وكذا البنية الأساسية وما تحبو به الدولة من ظروف طبيعية كالمناخ . وجمال البيئة الطبيعية . كنقاء الجو . واعتدال

المناخ ، كما تشمل البنية الأساسية في مجال الكهرباء والطرق والاتصالات ، وكذا خدمات شركات السياحة [١]

أما من حيث العرض وفقاً للمفهوم النظرى ن فيتمثل فى شرحه بمفهوم المستوى الجزئى وعلى المستوى الكلى . فمن ناحية الاقتصاد الجزئى . فنجد أنه يتمثل فى مجموعة السلع والخدمات وأثر الأسعار على عرض تلك السلع والخدمات من خلال جهاز الثمن واما من ناحية الاقتصاد الكلى فيتمثل فى الجهاز التخطيطى للدولة وما يتطلبه من التناسق فيما بين المؤسسات والمشروعات العاملة فى مجال السياحة واتجاه الدولة إلى تقرير هذا النشاط فى بعض المناطق وانحساره عن مناطق أخرى من خلال الخطة العامة للدولة . لتحقيق التنمية الاقتصادية .

محددات الدخل السياحي على المستوى الجذئي :

قبل ان تتجه معظم الدول النامية فى الوقت الحالى نحو إتباع سياسة إقتصاديات السوق . كانت معظم المشروعات السياحية مملوكة للدولة . وكان نظام الدعم يدخل فى الخدمة السياحية من أجل تحقيق ذاته ، إلا أن ذلك لم يروق للتخطيط الاقتصادى فى نظام

(١) د. جليله حسن ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٢١

العولمـة ، فاتجهـت معظـم المشـروعات السـياحية إلى اتبـاع نظـام الخصخصة والخضوع لقانون قوى العـرض والطلـب ، ورغـم أن معظـم المشـروعات السـياحية الآن تتبـع القطـاع الخـاص ، إلا أنهـا تحـت إشراف الدولة ، كما أن تلك المشروعات لا بد أن تتوخى الحذر ويقوم بتقييم مشروعاتها على اساس دراسة الجدوى الفنيـة والاقتصـادية . وتعلم مسبقاً أن تلـك المشـروعات سـتغطى تكاليفهـا وتحقـق أربـاح ، يستخدم فى توزيع جزء على الساهمين ، والباقى يستخدم فى توسيع تلك المشـروعات ، ومـن ناحيـة أخـرى يجـب ألا يكـون هـذا النشـاط منحصر داخلياً ، ولكن لا بد من تحقيق طفرة فى التنافس الدولى لتلك المشروعات مع المشروعات العالمية .

ومن هنا يجب أن نتجه نحو منظومة هامة فـى هـذا الاتجـاه ، من أجل تحقيق التنافس الدولى على المشروعات السـياحية ، تحـديث البرامج السياحية ، والبرامج السياحية والثقافية الموجودة فـى مصـر مثلاً - برامج تقليدية ، لم تصل بعد للعالمية ، ويجب عمـل استقصـاء بين شـرائح مختلفـة مـن السـائحين ، مـن أجـل معرفـة رغبـاتهم ، والمنتجات التى يفضلونها ، كما أن سياحة الشـارتز وهـى عبـارة عـن سياحة الأسبوع الواحد والذى يتجدد بصفة خاصة فى برامج ثقافية ،

ومن الأجدى أن يتم تعديله إلى أسبوعين . بحيث يكون الأسبوع الأول ترفيهي . والأسبوع الثاني ثقافي . والأسبوع الثقافي ينحصر في الآثار فقط ، بل يجب أن يشمل المكتبات الثقافية العلمية .والآثار التاريخية الفرعونية . كذا المناطق القديمة ، وقد يؤدى استقصاء رأى الشرائح تقديم برامج متخصصة في التاريخ الإسلامي والقبطي مع وضع في الاعتبار المتغيرات العالمية في سوق السياحة [1] .

محددات العرض السياحي على المستوى الكلي :

يتميز هذا العرض بتنوعه ، والتوجهات الحديثة في هذا المجال والذى يشمل التخطيط السياحي الكلي ، ومن المعروف أن التخطيط السياحي في منطقة نامية يفقد عنصر الملاءمة والموضوعية . ويميل إلى الترويج العشوائي . إلا أن معظم التوجهات العالمية في مجال السياحة تعتمد على التخطيط العولمي أى النظر إلى ما استحدث في مجال السياحية العالمية ومحاولة الأخذ بنظائرها . حيث أن هناك متغيرات دولية تؤثر على القطاع السياحي ، وهذه المتغيرات تتربع على عرشها أوروبا الموحدة ، حيث أن هذه الوحدة الأوروبية يتخللها تغيير العملة الأوروبية (اليورو) وما لديها من طلب على

(١) رمزي زقلمه ـ توقعات الإنفاق السياحي العالمي ـ الأهرام الاقتصادى ـ العدد ١٣٦٦ ـ ١٩٩٥ ص ٤٨

السياحة المصرية ، وخاصة أن مصر تعتمد على السياحة الأوروبية منها الألمانية والفرنسية والإنجليزية بنسبة تتراوح من ٦٥ إلى ٧٠ ٪ . وإذا لم تتجه مصر إلى تحقيق طفرة فى مجال التخطيط الحديث ستفقد كثيراً من جاذبيتها . مع العلم أن جاذبية السياحة الحديثة تعتمد على التطورات التكنولوجية والتحديات العالمية فى ذلك المجال [1] .

ويجدر الإشارة إلى أن أسعار الخدمات السياحية ترتفع يوماً بعد الآخر ، إلا أن أهم هذه العناصر هى نوعية الخدمة التى تقدمها المشروعات ، فهناك فئة من الناس لا يتأثرون بالأسعار ، ولكنهم يتأثرون بنوعية السلع والخدمات التى تقدم مهما ارتفع أسعارها .

إن العديد من المتغيرات الدولية في مجال السياحة ، والتى بالقطع سوف تؤثر على القطاع السياحى كأحد الأنشطة الاقتصادية والتجارية ومن هذه المتغيرات التكتلات الاقتصادية ، والتى يتولد عنها التكتلات السياحية العملاقة والتى يجب التخطيط والاستعداد لمواجهتها ، كما يجب انتعاش منظمة التجارة الحرة فى مجال

---

(١) رمزى زقلمه ـ توقعات الاتقان السياحى ـ مرجع سابق ص ٤٨

السياحة ، وما يرتب عليها من منافسة قوية ويترتب على ذلك أن يكون البقاء للأصلح في الأسواق السياحية [١] .

إن المتغيرات السياسية التي تحدث داخل أى دولة نامية قد يتأثر بها المجال السياحي إلى حد ما ، فعناصر الإرهاب التي تحدث خسائر في الأبنية والأرواح قد يؤثر على حركة السياحة ، إلا أن العنصر الأساسي في تنشيط حركة السياحة ليس الإرهاب ، ولكن في التسويق السياحي . وفي الإنسان المشتغل بالسياحة والإعلام السياحي ، المتمثل في المكاتب السياحية ، أى أن القوافل السياحية التي تذهب إلى الدول الأوروبية لتحديد الجذب السياحي ومعرفة الميول والأمزجة السياحية لدى الأجانب ، من أهم العناصر التي تنشط حركة السياحة في الدول النامية بصفة عامة ، ومصر بصفة خاصة مع الأخذ في الاعتبار جميع المستجدات الحديثة ومحاولة الأخذ بتوجيهاتها ومنافستها[٢] وخاصة أن لدينا بيئة سياحية تفوق معظم الدول الأوروبية .

---

(١) د. وصال أبو علم ـ سياحة مصر هل تنقذها السياحة الجديدة ـ الأهرام الاقتصادى ـ مرجع سابق ص ١٤٨ .

(٢) د. فريد القاضي ـ سمنار الاقتصادى ـ الأهرام الاقتصادى ـ مرجع سابق ص ٤٧ .

كما أن هناك وفى مصر بالذات مناطق جذب تاريخية تتمثل فى الأهرام ، وآثار مدينة الأقصر ـ أو برج لندن ، أو مناطق الآثار الإغريقية فى اليونان أو مناطق الآثار الرومانية فى إيطاليا ،وغيرها

ولكن ليس معنى وجود تلك الآثار التاريخية ـ أن هذه الدول تصبح من عداد الدول التى تتميز بعرض سياحى متميز ، ولكن لابد أن يكون هناك بنية أساسية تخدم تلك الآثار ، وخدمات سياحية تكميلية كما هو الوضع فى منطقة الجيزة حيث أنها مجهزة بالبنية الأساسية وعلى مستوى عال من الخدمات ، فهناك بعض الدول التى ليس لديها آثار تاريخية كثيرة ، ولكنها لديها من الجذب السياحى ما يؤهلها لأن تكون دولة سياحية من الطراز الأول وفقاً لنوعية الخدمات والجذب السياحى لديها[٢].

وعلى ذلك فإننا يمكن إجمال عناصر العرض السياحى فى عدة عناصر أساسية تتمثل فى الآتى :

١ـ عرض خدمات النقل الجوى .
٢ـ البنية الأساسية .
٣ـ خدمات الفنادق والشقق المفروشة .
٤ـ المغريات السياحية .
٥ـ مناطق الجذب السياحى .

---

(١) د. جليله حسن ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٢٥ .

المغريات السياحية :

تنقسم المغريات السياحية بصفة عامة إلى نوعين ، الأول وهى المغريات النمطية ، والأخرى وهى المغريات المستحدثة .

والمغريات النمطية ، وهى تلك المغريات التى تتمثل فى الآثار القديمة والتاريخية ، والمناطق المتميزة بطبيعة ساحرة .

أما المناطق المستحدثة فهى تلك التى تتمثل فى السياحة العلمية ، والسياحة العلاجية ، والسياحة الرياضية وغيرها ، كما تتضمن مدن الملاهى التى أنشئت فى بعض الدول الأوروبية مثل ملاهى والت ديزنى فى فلوريدا وكاليفورنيا ، وهذه المغريات المستحدثة يتوقع التدفق السياحى عليها ، مع العلم أن تكلفة تلك المغريات مرتفعة ، لذا فكلما كبر حجم المشروع ، كلما تكاملت مجموعة الوحدات التى يتكون منها هذا المشروع ـ كلما كان هناك فرصة أكبر لتسويقه على المستوى الدولى ، وبالتالى خفض تكلفته الثابتة[1] .

---

(١) د. جليله حسن ـ مرجع سابق ص ٣٦ .

الباب الرابع
الدخـــل السياحـــي

الباب الرابع
الدخـــل السياحـــي

مكونات الدخل السياحي :

يتكون الدخل السياحي من العناصر الآتية :

- الإنفاق السياحي .
- رسوم تأشيرات دخول السائحين ومغادرتهم .
- نفقات نقل السائحين مع التعاملات الوطنية (جوى - بحري) .
- رسوم هبوط الطائرات ورسوم عبور السفن السياحية .
- رسوم خدمة الطائرات والسفن السياحية وخدمات الموانئ البحرية والجوية ، ولما كان الإنفاق السياحي هو أهم مصادر الدخل السياحي نقوم بشرحه شرحاً تفصيلياً ، مع ربطه بعملية الإنفاق الاستثماري .

الإنفاق السياحي والدخل القومي :

مفهوم الإنفاق الإستثماري :

الإنفاق الإستثماري ، هو ذلك الإنفاق الذى يحدث بناء على قرارات مستقلة عن مستوى الدخل وما قد يحدث في مستوى الدخل من تغير [١]

---

(١) د./ احمد جامع ـ النظرية الإقتصادية الكلية ـ التحليل الإقتصادى الكلى ـ دار النهضة العربية ـ القاهرة ١٩٨٧ ص ٣٠٣ .

فالإنفاق الإستثمارى له مكانه إستراتيجية فى نظرية الدخل والتشغيل ، ليس لأنه أحد أجنحة الطلب الكلى aggregate demand وأنما ايضا لكونه احد مصادر زيادة الطاقة الإنتاجية .

فالإنفاق الاستثماري يُحدث زيادة فى الاستثمار القومي بقيمة هذا الإنفاق ، فيزيد الاستثمار عن الادخار وعلى ذلك فأنه يجب أن يزيد الدخل القومى بمقدار أكبر من زيادة الإنفاق الاستثماري [١] . وهذا هو مفهوم المضاعف والذى سنتطرق إليه فيما بعد، والإنفاق الاستثماري investment spend وإن كان له دور بارز فى تحقيق زيادة فى الاستثمار والدخل والتراكم الرأسمالي ، إلا أن التجارب الاقتصادية أثبتت أن معظم التقلبات الاقتصادية التى تحدث فى الدول النامية فى مجال الدخل والتشغيل ، تحدث بسبب الإنفاق الاستثماري ، وذلك فى حالة ما أستخدم هذا الإنفاق بمقدار يزيد عن مقدار الإيراد العام .

ولاشك أننا نعلم أن الجهاز الإنتاجى فى معظم الدول النامية غير مرن ، لذا فأن تلك الدول إذا ما أرادت علاج الإختلالات الهيكلية فى الجهاز الإنتاجى .وإحداث نشاط ملحوظ فى الاستثمار

---

(١) د/ أحمد علام ــ ضرائب الدخل ــ مرجع سابق ص ١٢٠

والدخل القومى ، فلزاما عليها أن تستخدم الإنفاق الإستثمارى من حصيلة موجودة فعلا ، وليس من إنفاق يزيد عن معدل الإيراد الفعلى ، لأن هذا الاتجاه الأخير سيؤدى إلى حدوث تضخم ، لأن الزيادة فى الإنتاج الناتجة عن الإنفاق الإستثمارى لا تستهلك مباشرة ، فى حين يوجد دخول نقدية ناشئة عن الإنفاق الإستثمارى على تلك المشروعات ، ولديها طلب على السلع الاستهلاكية بصورة عامة ، ولما كانت المشروعات الإستهلاكية المباشرة تأخذ وقتا لإكتمال ثباتها (إنشائها) ، فإن عملية الشراء (الإستثمار)[1] تحدث عدم توازن فيما بين قوى العرض ، وقوى الطلب فتؤدى إلى إرتفاع الأسعار ، وتزداد حدة هذا الاختلال كلما كانت فترة الإنشاء أطول .

ونظرا لأن تلك الموجه التضخمية لا يمكن علاجها إلا بتوافر إيرادات موجودة بالفعل ، فإن الدول النامية يمكن أن تلجأ إلى الإصدار النقدى الجديد فى سبيل سد الثغرة بين الطلب الكلى للسلع الإستهلاكية وبين الموارد المتاحة من المدخرات المحلية ، كالضرائب والقروض ، والإدخار المحلى ، والإصدار النقدى ليس ضاراً إذا تم

(1) Alewis: the theory of economic growth , London 1955- p–p . 216 - 218 .

توجيهه إلى الإنفاق الإستثمارى النافع . أما إذا لم يوجه التوجيه الأمثل فأنه يؤدى إلى تضخم حاد يطيح بأهداف التنمية بالكامل [١] .

أما الإتجاه الأمثل فهو محاولة الحصول على إيرادات فعلية . تستخدم فى عملية الإنفاق حتى تكتمل إنشاء هذه المشروعات الإستهلاكية وتلبى الطلب المتزايد على منتجاتها وتكون تلك الإيرادات من خلال مثلا : رفع سعر الضريبة على أرباح المشروعات التجارية التى لا تضيف جديد إلى حركة التنمية الاقتصادية .وعلى الرغم من أن الإنفاق الإستثمارى له دور فى تحقيق زيادة فى الدخل القومي إذا ما استخدمت إيرادات فعلية موجودة (لتكن جزء من حصيلة الإيرادات السياحية) إلا أنه يمكن أن يكون له نتائج سلبية إذا كان منافسا للاستثمار الخاص . فلابد أن يكون مكملا للإستثمار الخاص وعلى ذلك فلابد أن يكون دوره تنشيط المشروعات ذات الهدف القومي . والتي لا يقبل عليها القطاع الخاص بصورة كبيرة (القطاع السياحى لأن الحصول على العائد لا يكون بصورة سريعة بل يأخذ وقتا[٢] .كما يمكن أن يكون له دور مزدوج اى ينافس القطاع

---

(١) هاسود ـــ المشروع العام والتنميه الاقتصادية ـــ مرجع سابق ص ١٢٧

(٢) د أحمد علام ـــ ضرائب الدخل والتراكم الرأسمالي ـــ مرجع سابق ص ١٣٢ .

الخاص، وفي نفس الوقت يكون مكملا له ، شريطة أن يكون دوره المكمل ابرز وأنشط من دوره التنافسي،فلكي تقوم الدولة بتشجيع العملية الاستثمارية فإنها تخصص جزء من إيرادات عامه (القطاع السياحى) لتمويل المشروعات الأخرى وهكذا حتى يحدث زيادة في الدخل القومي[١]فإن أى زيادة في الإنفاق العام على الاستثمار بنفس قيمة الزيادة في الدخل القومي ، يؤدى إلى زيادة الدخل القومي بقيمة السلع والخدمات المشتراه ، وتتعادل الآثار الناتجة عن الأثنين ، وفى نفس الوقت تظل الدخول التى يمكن التصرف فيها والإنفاق الحاصل دون تغير[٢] .

والإنفاق الاستثماري مرتبط ارتباطاً وثيقا بالإنفاق الحكومي الاستهلاكي . فالإنفاق على الخدمات الاستهلاكية كالتعليم مثلا ينطوي على استثمار مادي ، يخلق أصول جديدة كبناء المدارس وتجهيز المعامل وفي نفس الوقت فإنه إستثمار بشرى . فالإنفاق

---

(١) د./ عبد الفتاح قنديل. د. سلوى سليمان ــ الدخل القومي دار النهضة القومية ــ القاهرة ١٩٩١ ص ٢٩

(٢) د. / مجدى محمود شهاب ــ الإقتصاد المالى ــ نظرية مالية الدولة ت دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية ١٩٩٧ص ٣٩٩ ــ ٤٠٠

الاستثماري : هو ذلك الإنفاق الذى يؤدى إلى زيادة في أصول المجتمع فيؤدى إلى زيادة الطاقة الإنتاجية(١) .

والإنفاق الاستثماري يؤدى إلى زيادة مباشرة للدخول الموزعة من أجور ومهايا ، بجانب زيادة أرباح المنتجين ولكن لا تقتصر الآثار علي ذلك فحسب ، بل يرتب عليها زيادة متلاحقة ناتجة عن زيادة الطلب على السلع الاستثمارية والاستهلاكية مما يؤدى إلى زيادة أكبر في مستوى الدخل القومى ، والإنفاق الاستثماري لا يحقق زيادة في الدخل القومي فحسب بل يحقق معايير أخرى:

- فاستخدم إيرادات فعلية في تمويل عملية الإنفاق الاستثماري ، يتحقق منه إعادة توزيع الدخل redistribution of income فالإنفاق على المشروعات ذات الهدف القومي والتي يستفيد منها أصحاب الدخول المنخفضة نتيجة زيادة الخدمات التي يستفيد منها تلك الفئة ، يحقق تضييق الفارق الاجتماعي ، ويحقق إعادة توزيع الدخول ، أما الإنفاق على المشروعات التجارية تعرقل مسيرة إعادة التوزيع ، وبالتالي فإن الإنفاق الاستثماري على المشروعات الاقتصادية يحقق أكثر من فائدة ، فهو يحقق فائدة إعادة توزيع

---

(١) د / محمد دويدار ـــ دراسات في الإقتصاد المالي م . المعارف الإسكندرية ص ٢٤٠ .

الدخول ويحقق فائدة زيادة الدخل القومي ، ولكن ما هو دور الإنفاق السياحي ؛ من هذه المتغيرات الاقتصادية الكلية ، وعلى غرار ما قمنا بفهم واضح للإنفاق الاستثماري فإن الإنفاق على المشروعات السياحية ، هو فرع من هذا الإنفاق .

فالإنفاق السياحى هو تقييم اقتصادى لمجموع الخدمات المقدمة للسائحين ، أى أنه كل إنفاق من السائح تقابله خدمة يحصل عليها[1] . ويمثل هذا الإنفاق دخولاً للأفراد العاملين بقطاع السياحة ، وهؤلاء العاملين ينفقون جزء من دخلهم الذى زاد بفعل الإنفاق السياحي على السلع الاستهلاكية ، فتتولد بذلك دخول أخرى ناتجة عن هذا الإنفاق ، فيزيد الطلب على السلع الاستهلاكية ، فيؤدى ذلك إلى التوسع فى مشروعات السلع الاستهلاكية ، وهؤلاء العاملين فى قطاع السلع الاستهلاكية ينفقون جزء من دخلهم على شراء متطلباتهم وهكذا سلسله بين زيادة الدخل والإنفاق الناتج أصلا عن الإنفاق الأولى لقطاع السياحة .

ولما كانت زيادة الإنفاق على شتى المجالات المتصلة بالسياحة تؤدى إلى زيادة دخول كثيراً من الأفراد ، فيترتب على ذلك إرتفاع

(١) د. صلاح عبد الوهاب ــ التخطيط السياحى ــ الدار القومية للطباعة والنشر ــ القاهرة ــ ص ٢٠

معدل الإنفاق على السلع الاستهلاكية . مما يساعد بدوره على تنشيط الصناعات المتصلة بالسياحة . فنشاط الحركة السياحية تؤدى إلى زيادة الإنفاق على الحركة الفندقية فى المبيت والأكل والمشروبات وسائر الخدمات الفندقية الأخرى . ويتفرع عن هذا الإنفاق سلسله من المصروفات الأخرى تشمل التكاليف التى سيتحملها القائمون على صناعة الفنادق في تجديد أثاثها وسائر المهمات اللازمة لتشغيلها ، فضلا عن أعمال التصميم والصيانة والتحسين والتجديد وهذا يعنى إنتقال جزء من دخول المشتغلين بالصيانة الفندقية إلى العاملين بسائر الخدمات الأخرى [١] ونتيجة لذلك كله تستفيد الخزانة العامة للدولة من رسوم التأشيرات وتجديدها ، ومن الضرائب على المشروبات الروحية والأرباح التجارية والصناعية التى يحققها المولون المشتغلون فى مجال الأعمال المتصلة بالأنشطة السياحية[٢].

كما تقوم الدولة بالإنفاق السياحى أيضا.وذلك عندما تقوم بإنشاء مدن سياحية . وما تقوم به من مشروعات بنية تحتية لخدمة تلك المدن السياحية كرصف الطرق . وتوصيل التليفونات . ويؤدى

---

(١) د / سلوى محمد مرسى ــ التمبه السيحيه وأثرها على الإقتصاد القومى ــ المؤتمر العلمى الخامس ــ مرجع سابق

(٢) المرجع السابق .

ذلك إلى زيادة دخول كثير من الأفراد والمقاولين وهؤلاء ينفقون جزء من هذه الزيادة على السلع الاستهلاكية ،فيزيد الطلب على تلك السلع فيتم التوسع في إنشاء بعض المشروعات الاستهلاكية الأخرى . والعاملين في تلك المشروعات تزداد دخولهم وينفقون على شراء سلع استهلاكية وهكذا سلسلة من التدفقات الدخلية الناتجة عن تدفقات إنفاقيه ، تؤدى في النهاية إلى زيادة الدخل القومي .

الانفاق السياحي والمضاعف السياحي :

ننظر إلى أثر الإنفاق السياحى على الدخل القومي على أنه مجموع الدخول التى تولدت خلال الإنفاق السياحى فأدت إلى الزيادة في الدخل القومي [١] أو ما يطلق عليه أثر المضاعف السياحى .

أولاً : نتطرق للمضاعف الاستثماري investment multiplier

عندما تعتزم الحكومة زيادة إنفاقها الاستثمارى فإنها تحتاج إلى إيرادات ، ولما كان الإنفاق الذى يحقق زيادة في الدخل القومي لابد أن يكون ناتج عن إيرادات فعلية ، حتى لا يحدث تضخم ، لذا فلابد من وجود إيرادات موجودة بالفعل يتم بها هذا الإنفاق لتحقيق الزيادة المطلوبة في الدخل القومي وهذه الزيادة تتم بفعل مضاعف

---

(١) د. / محيا زيتون ــ نحو أساس موضوعى لتحديد دور السياحة فى تنمية الإقتصاد القومى ــ المؤتمر العلمى الثانى ــ القاهرة ١٩٧٧ ص ١٢ .

الاستثمار. ليس بقيمة الزيادة الأولية . ولكن بزيادة متتالية تفوق تلك الزيادة الأولية بمراحل [١] .

وإذا أردنا أن نعرف كيفية زيادة الدخل القومي بفعل الإنفاق الاستثمارى والمضاعف ـ فعلينا فهم المعادلة :

$$\Delta \text{ د} = \frac{\Delta \text{ ث} \times ١}{١ - \text{م ح هـ}}$$

أى أن Δ د = الزيادة في الدخل

Δ ث = الزيادة في الاستثمار

م ح هـ = الميل الحدى للاستهلاك

أى أن (الزيادة في الدخل = الزيادة فى الاستثمار × ١) / (١ ــ الميل الحدى للاستهلاك) .

إذاً أى زيادة فى الدخل القومي = الزيادة في الاستثمار الناتج عن الانفاق مضروباً فى (١) مقسوماً على (١) مطروحاً من الميل الحدى للاستهلاك .

MCH = 8 الميل الحدي لاستهلاك

Increase of investment الزيادة في الاستثمار

---

(1) Williams . brown, macro economic prentice hall international, new jersey 1988 - p 67

الإنفاق الاستثماري = 50 M.D. by investment spending

مليون دولار Increase of national income = 250 M.D.

$$\Delta y \text{ الزيادة في الدخل القومي } = \frac{50 \times 1}{1 - 0.8}$$

أى أن الزيادة فى الدخل (Δy) = $\frac{١ \times ٥٠}{١ - ٠,٨}$ = ٢٥٠ مليون دولار

وهذا هو مضاعف الاستثمار .

فما هو مضاعف السياحة :

مضاعف الانفاق السياحى ، هو معامل يعبر عن مقدار التغير الحادث فى الدخل على أثـر الـتغير الـذى حـدث فـى الانفـاق السياحى بمقدار وحدة واحدة [١] ، فإذا كان السـائحون ينفقـون عـادة مليون دولار فى بلد ما ثـم زاد انفـاقهم مليـون دولار أخـرى (وحـدة إضافية) ، فيؤدى ذلك إلى زيادة الدخل القـومى لـيس بقيمـة المليـون دولار (الإضافية) ولكن بزيادات متتالية ولتكن ٥٠٠,٠٠٠ دولار أى بنحو ٠.٥ وعلى ذلك فإن قيمة معامل المضاعف السياحى =

---

(١) د . حليله حسن ــ اقتصاديات السياحة ــ مرجع سابق ص ١١٥

$$= \frac{\Delta y}{\Delta T}$$

أى التغير الحادث فى الدخل
______
التغير الحادث فى الإنفاق السياحى

وفكرة مضاعف الإنفاق السياحى تنطوى على عدة اعتبارات أساسية . وهى أن التغير فى الإنفاق السياحي الدولى فى أى فترة زمنية . تعتبر إضافة جديدة فى تيار الدخل القومي . كالتغير فى الصادرات أو التغير فى الإنفاق العام . أو التغير فى الإدخار العام . ولما كان الإنفاق السياحى هو صادرات غير منظورة . بمعنى أنه حدث تدفقات جديدة من العملات الأجنبية داخل الدولة . فيخلق بذلك زيادة فى دخول الشركات السياحية أو جميع القطاعات العاملة فى صناعة السياحة من سلع وخدمات . كما تخلق زيادة إيرادات الدولة . ناتجة عن الضرائب التى تفرض على تلك الأنشطة . هذا التغير المباشر يؤدى إلى تغير غير مباشر فى القطاعات الأخرى للاقتصاد القومى

يجب أن نعلم أيضا أن أى إنفاق . يعتبر في حد ذاته دخلا لمن يحصل على هذا الإنفاق . وهذا الإنفاق الذي يعتبر دخلا يقسم إلى شريحتين الأولى تتمثل في الجزء الذي يخرج على صورة التداول وهو ما يسمى تسرب leakage . والجزء الآخر هو الذي يظل في التداول

قد يستثمر أو يستخدم في شراء سلع وخدمات أو نفقات تشغيل وهذا هو الجزء الذي يمثل دخلاً لمن يحصلون عليه .

كيـــــــف ؟

نعرف أن العاملين فى قطاع السياحة يزيد دخولهم على أثر الإنفاق السياحى ، وهؤلاء العاملين فى قطاع السياحة سينفقون جزء من دخولهم التى زادت على شراء السلع الاستهلاكية ، كما أن الشركات السياحية ستنفق جزء من الزيادة فى الدخول الناتجة عن الإنفاق السياحى على عملية التجديد للشركات والصيانة والديكور ، أى ينتج عن زيادة الإنفاق السياحى زيادة الطلب على المشروعات الاستهلاكية والاستثمارية ، فزيادة الطلب على المشروعات الاستهلاكية ، ناتجة عن زيادة دخول العاملين فى قطاع السياحى ، الذين سينفقون جزء من دخلهم (هذا الذى زاد بفعل زيادة الإنفاق السياحى) على شراء السلع الاستهلاكية .

أما زيادة الطلب على المشروعات الاستثمارية ، ناتج عن إنفاق شركات السياحة (الناتج عن زيادة دخولهم من الإنفاق السياحى) ، على عملية التجديد والصيانة والديكور وهذا فى حد ذاته استثمار جديد ، فيؤدى إلى التوسع فى المشروعات الاستثمارية .

وزيادة الاستهلاك والاستثمار في هذا المجال يؤدى إلى زيادة في الدخل القومي . ناتج عن الزيادة في الدخل الأولى . وهذا بدوره ناتج عن الزيادة الأولية (الإنفاق السياحى) .

وبشكل عام . كلما زادت درجة الارتباط الدخلى والإنفاقى فيما بين النشاط السياحى والأنشطة الاقتصادية الأخرى في الدولة . كلما زاد المضاعف وازدادت دفعاته المتكررة .

وهذا الترابط linkage يمكن فهمه بوضوح من خلال جداول تستخدم بدقة فى الدول المتقدمة تسمى جداول المستخدم / المنتج input / out put tables [1] ، إلا أن الدول النامية يحدث فيها قصور شديد في هذه الجداول نتيجة لنسبة التسرب التى تحدث فى عملية الإنتاج لمنتج سياحى .. كيف ؟

فعندما تقوم الدولة بإنتاج منتج سياحى جديد . فإنها تحتاج إلى مستلزمات جديدة لهذا المنتج . ونظراً لعدم اكتمال تلك المستلزمات داخل الدولة . فإنها تضطر إلى استيراده من الخارج . وكلما زادت كمية الاستيراد لتلك المستلزمات ، كلما ضعف قيمة المضاعف السياحى . وقلت موجاته المتتالية بقيمة تلك التسربات .

---

(١) د. حميد حسن ـ مرجع سابق ص ١٥٦ ١٥٧

كما يحدث بالفعل بالنسبة لمضاعف الاستثمار . كلما تم الاستعانة في عملية الاستثمار إلى مدخلات في المنتج مستوردة كلما قل قيمة مضاعف الاستثمار .

المضاعف في اقتصاد مغلق :

ينقسم هنا المضاعف إلى تحليلين أساسيين ـ نتطرق خلالهما على عنصرين يرتبطان بعنصر المضاعف . هي الميل الحدي للاستهلاك أي التغير الذي يحدث في الاستهلاك نتيجة التغير الذي حدث في الدخل . والآخر هو الميل الحدي للادخار وهو التغير الذي يحدث في الادخار نتيجة التغير الذي يحدث في الدخل Marginal propensity to save .

ولتوضيح هذه الفكرة نستعين ببعض أدوات التحليل في الاقتصاد الكلي وهى على النحو التالي :

ينقسم الدخل القومي إلى نوعين من الإنفاق :

١ـ الإنفاق على الاستهلاك ويرمز له بالرمز (س) .

٢ـ الإنفاق على الاستثمار ويرمز له بالرمز (ث) .

ولما كان الدخل يرمز له بالرمز (د) :

د = س + ث

فإذا حدث تغير في كل من س . ث فإن ذلك ينعكس على (د) .

ومن ثم التغير الذي حدث في (د) =

التغير الذي حدث في (س) . (ث)

أى أن Δ د = Δ س + Δ ث

ويمكن كتابة المعادلة السابقة في صيغة أخرى على النحو التالي :

Δ ث = Δ د ـ Δ س

أى أن التغير في الاستثدار = التغير في الدخل ـ التغير في الاستهلاك

وبقسمة طرفي المعادلة على Δ د

نحصل على المعادلة الآتية :

$$\frac{\Delta ث}{\Delta د} = ١ - \frac{\Delta س}{\Delta د}$$

وبقسمة (١) صحيح على طرفي المعادلة السابقة تصبح كالتالي :

$$\frac{\Delta د}{\Delta ث} = \frac{١}{١ - \frac{\Delta س}{\Delta د}}$$

ونظرا لأن $ع = \frac{\Delta د}{\Delta ث}$

فإنه يمكن كتابة المعادلة لتصبح كالآتي :

$$ع = \frac{١}{١ - \frac{\Delta س}{\Delta د}}$$

وإذا اتضح لنا أن $\frac{\Delta س}{\Delta د}$

تعبر عن الميل الحدي للاستهلاك والذي يرمز له (ك) فإن :

$$ع = \frac{١}{١ - ك}$$

ونظراً إلى أن الميل الحدي للادخار، ويرمز له بالرمز (د) =

= ١ ـــ ك

$$\therefore ع = \frac{١}{د}$$

أى أن المضاعف = مقلوب الميل الحدي للادخار ، فإذا عرفنا أن الميل الحدي للاستهلاك أو الميل الحدي للادخار ، أمكننا حساب المضاعف ، إذ أن مجموع الميلين يعادل الواحد صحيح .

$$\therefore \text{مضاعف الاستثمار} = \Delta د = \Delta ث \times \frac{١}{١ - \text{الميل الحدي للاستهلاك}}$$

ويتفق هذا مع الاستثمار السياحي . وفي الاقتصاد المغلق .

تحليل المضاعف في اقتصاد مفتوح :

يعتبر الإنفاق السياحي نوعاً من الإنفاق على منتجات الاقتصاد القومي . وإن كان مصدره الخارج. فالزيادة في الإنفاق السياحي تعتبر مصدراً إضافياً ، وإنفاقاً مستقلاً في نفس الوقت لتوليد دخول إضافية في الاقتصاد تتمثل في الموجات المتتابعة للإنفاق على السلع والخدمات . وذلك طبقاً لمحددات الإنفاق في الاقتصاد أى أن كل إنفاق يخرج منه تسربات إما تسرب للادخار أو تسرب للاستيراد .

وعندما نتناول المضاعف في اقتصاد مفتوح لا بد من إدخار تغيرات القطاع الخارجي التي تتم من خلال العلاقات الاقتصادية الدولية وهنا نرتكز على معادلتين :

١ـ المعادلة الأولى : ندخل متغيرا جديداً هو الميل الحدي للاستيراد Marginal propensity to import الذي يعبر عن التغير الذي يحدث في الاستيراد نتيجة التغير في الدخل . وعلى هذا النحو يكون معامل مضاعف الإنفاق السياحي على النحو التالي :

$$ع = \frac{١}{د + ح}$$

ح = الميل الحدي للاستياد .

د = الميل الحدي للادخار .

$$\therefore \text{المضاعف} = \frac{١}{\text{الميل الحدي للادخار + الميل الحدي للاستيراد}}$$

٢ـ <u>المعادلة الثانية</u> : يدخل متغيراً آخر هو الميل للاستيراد tourist propensity to import وهو يعبر عن العلاقة بين الدخل ومستوى الاستيراد ، فنظراً إلى أننا أدخلنا القطاع الخارجي في التحليل فلا بد أن نأخذ في اعتبارنا المبالغ التي تستخدم في استيراد السلع والخدمات من الخارج بالإضافة إلى ما يحول إلى الخارج من أرباح المستثمرين في الخارج ، أو بمعنى ما يحول للخارج من أجل الاستثمار في مشروعات في الخارج ، ولا شك أن هذه التسربات تكون ذات معدل مرتفع في الدول النامية نظراً لأن جزء كبيراً من الدخل السياحي يحول للخارج في صورة أرباح لملاك المشروعات السياحية في صورة استيراد للسلع والخدمات ، وفي شكل تحويلات من جانب العمالة الأجنبية في المشروعات السياحية ، ويمثل الاستيراد وعاء كبيراً للتسرب خصوصاً في البلاد التى تعتمد على الخارج وبصفة خاصة الدول النامية [١].

---

(١) د نبيل الروبي ــ اقتصاديات السياحة ــ مؤسسة الثقافة الجامعية ــ الإسكندرية ١٩٨٥ ص ٨٦ وما بعدها

وإذا كان الميل الحدي للاستيراد يختلف من بلد إلى آخر . فانه يختلف من فرع إلى آخر في نفس القطاع ، ومع ذلك يجب أن يكون معلوماً أن الميل السياحي للاستيراد يمثل متوسط الميول الاستيرادية للقطاعات السياحية وللوقوف على الاختلاف في الميل السياحي للاستيراد في القطاعات السياحية نحدد مثال (١) :

في إحدى الدراسات التطبيقية على منطقة الكاريبي خلال فترة السبعينيات ويبدوا منها أن التسرب من خلال الميل للاستيراد يختلف من فرع إلى آخر فنجد مثلاً أن الإقامة تمثل ٢٨,٧ ٪ من النشاط السياحي يمثل معدل الميل للاستيراد منه ٣٨ ٪ ، النقل التراكمي مثلاً يمثل ٩.٤ ٪ تمثل الاستيراد منه ٣٨ ٪ . الطعام ٣٧.٤ ٪ يمثل الاستيراد منه ٥٣ ٪ ومن ذلك يكون صياغة معادلة المضاعف السياحي هى :

$$ع = \frac{١ - م}{د + ح}$$

ع = المضاعف . (م) الميل السياحي للاستيراد . (ح) الميل الحدي للاستيراد . (د) الميل الحدي للادخار .

مثال : اقتصاد فيه إنفاق لوحدة مقدمة واحدة ، وكان الميل الحدي للاستيراد ٠,٢٠ ، والميل الحدي للادخار ٠,٢٥ ، والميل السياحي للاستيراد ٠,٣٠

$$\text{فإن المضاعف ع} = \frac{١ - ٠,٣٠}{٠,٢٥ + ٠,٢٠} = ١,٥٥$$

الإنفاق السياحي وزيادة الدخل القومي :

الدخل القومي مرتبط ارتباطاً وثيقا بالإنفاق القومي ولاشك أن حصول الأفراد على نصيبهم من الدخل القومي يكون عن طريق إنفاق المجتمع على السلع والخدمات ، هذا الإنفاق الذى لابد أن يعادل قيمة الدخول التى يحصل عليها كل عوامل الإنتاج .

والإنفاق له عدة أنواع : الإنفاق على الإستهلاك ، الإنفاق على الإستثمار ، والإنفاق الحكومي وصافى الصادرات أى الصادرات مخصوماً منها الواردات وبذلك يكون الدخل القومى = الإنفاق على الإستهلاك + الإنفاق على الإستثمار + الإنفاق الحكومى + (الصادرات ـ الواردات) .

والإنفاق على الإستهلاك يمثل مقدار ما يستهلكه أفراد المجتمع من سلع وخدمات خلال عام الذى يتم فيه حساب الدخل القومى ومن هذه الخدمات . الصادرات غير المنظورة وهى السياحة .

والإستثمار يمثل الإنفاق على الإستثمار اى الإنفاق على السلع الرأسمالية . التى تساهم فى إنتاج سلع أخرى إستهلاكية مثل الإنفاق على إنشاء المصانع وإنتاج الآلات وبناء المبانى وإستصلاح الأراضى والإنفاق الحكومى . يمثل أيضا إضافة للناتج القومى وهو بصدد حسابات الدخل القومى . فعندما تقوم الحكومة بإنشاء سور للمدرسة أو رصف الطريق فإنها تقوم بالإنفاق على ما يضيف إلى الناتج القومى .

وصافى الصادرات يمثل أيضا إنفاق الأجانب على سلع وخدمات هى جزء من الناتج القومى فالإنفاق على النشاط السياحى هى صادرات غير منظوره ويمثل جزء من الناتج القومى . وصافى الصادرات تمثل الصادرات ـ الواردات . أى ما تستورده الحكومة من السلع والخدمات من الخارج . ويصبح الناتج القومى فى نمو فى حالة ما إذا كان قيمة الصادرات أكبر من قيمة الواردات والإنفاق على الاستثمار السياحى يمثل إضافة جديدة إلى الثروة المجتمع . حيث

أن بناء الفنادق والقرى السياحية وتوصيل الكهرباء ورصف الطرق الفردية لتلك القرى . وخدمات الاتصالات . والمزارات السياحية كلها إضافة جديدة لثروة المجتمع .

والإنفاق الإستثمارى يستخدم من أجل إضافة جديدة لثروة المجتمع وذلك بقصد زيادة الطاقة الإنتاجية .من خلال زيادة رأس المال الثابت Fixed capital وزيادة المخزون السلعي stock ، فلاشك أن زيادة الإنفاق الإستثمارى لن يحقق زيادة فى الدخل القومى إلا إذا كان مصحوبا بزيادة فى الإنتاجية ، بمعنى انه إذا زادت المشروعات الإقتصادية : فإن المخزون السلعي قد ينخفض ، مما يجعل المشروعات تزيد من إنتاجها لتعويض ذلك النقص فى المخزون . فالدخل القومى لن يزيد إذا كان مصحوبا بنقص فى المخزون السلعي[١] والدولة عندما تتجه إلى زيادة إنفاقها الإستثمارى بزيادة رأس المال الثابت والمخزون السلعي . تبغي من ذلك تحقيق زيادة فى الطاقة الإنتاجية من وراء الإضافة الجديدة لثروة المجتمع التى حدثت نتيجة لهذا الإنفاق . وعلى ذلك فإن تلك المشروعات قد إستجابت لتغيرات الطلب والإنتاج من أجل تحقيق زيادة فى الطاقة

---

(١) د حازم الببلاوي – اصول الاقتصاد السياسي – الإسكندرية ١٩٩٧ ص ٧٨

الإنتاجية[١] ، وزيادة فى الدخل القومى تكون ناتجة عن الإنفاق الإستثمارى الذى يأتي من إدخال عنصر مضاعف الاستثمار فباستخدام المضاعف . سواء كان مضاعف الدخل أو مضاعف السياحة . لا يظهر إلا فى الاقتصاديات التى وصل جهازها الإنتاجى لدرجة مرونة معينة . بحيث تستجيب لمتغيرات الطلب والإنتاج ،فلا يمكن أن تظهر أثر الصناعة فى إقتصاد زراعى متخلف ، لأن جهازه الإنتاجي لم يصل لدرجة المرونة المطلوبة ، ولن يستجيب لمتغيرات الطلب والإنتاج كذلك فإن مضاعف الاستثمار يظهر بوضوح فى الإقتصاديات التى تظهر فيها طاقات معطلة ومخزون سلعي ، ليستجيب للطلب المتزايد ويستجيب للزيادة الأولية للإستثمار[٢] .

لذا فإن الاقتصاد إذا وصل إلى حالة التشغيل الكامل أو لم يكن هناك طاقات معطلة فإن أثر المضاعف لا يظهر،ولايكون له آثار مهمة وبالتالي لا يجوز إستخدامة ، وعلى ذلك إذا كان العرض من المخزون ومن خلال طاقات تستجيب للطلب المتزايد، فإن ذلك يكون ملائما لاستخدام المضاعف ، أما إذا كانت جميع الطاقات عاملة ، ووصلت

---

(١) د / عبد الكريم صادق بركات — المالية العامة — الإسكندرية ص ٢٥٤ .

(٢) د / أحمد علام — ضرائب الدخل — مرجع سابق ص ١٢٤

إلى حالة التشغيل الكامل فإن أثر المضاعف يكون غير واضح ولا يجوز إستخدامة . إلا إذا قامت المشروعات الإقتصادية بالإستفادة من مضاعف الإستثمار خلال موجة معينة من موجات المضاعف ، حيث أن المضاعف يستخدم مجموعة من الموجات ، كل موجة تستخدم زيادة أولية أخرى ولموجة أخرى وهكذا [1].

فعندما تعتزم الحكومة زيادة إنفاقها الإستثمارى ، فإنها تحتاج إلى إيرادات فعلية ، ولما كان الإنفاق الذى يحقق زيادة فى الدخل القومى لابد أن يكون بإيرادات موجودة بالفعل حتى لا يحدث تضخما ، ولكن ما هو مضاعف الاستثمار ، وما هى **الزيادة الأولية ؟**

قد تجد الحكومة نفسها فى حاجة لزيادة الدخل القومى ، فتقوم بعمل زيادة أولية . أى تقوم بزيادة انفاقها الاستثمارى بمقدار مليون جنيه مثلاً ، هذه الزيادة فى الإنفاق تسمى الزيادة الأولية primitive increase ، وهذا الإنفاق يستخدم فى الإنفاق على المشروعات الاستثمارية ذات الهدف القومى كالمبانى . والطرق ، وبالتالى من المتوقع تلقائياً زيادة الدخل القومى بمقدار مليون جنيه ، ولكن ليس هذا هو كل ما فى الأمر .

---

(١) د / محمد دويدار — دراسات فى الإقتصاد المالى — مرجع سابق ص ١٤٧ ، ١٥٠

فهناك علاقة قوية بين الاستثمار والاستهلاك لتحقيق أثر مضاعف الاستثمار .

فعندما يتم إنفاق مليون جنيه ، وقد حددنا أنها تكون من حصيلة الإيرادات السياحية ، فإن العاملين فى مجال السياحة سيزيد دخلهم بمقدار الزيادة الأولية . وبالتالى سينفقون دخلهم الناتج عن هذه الزيادة على السلع الاستهلاكية ، وهؤلاء العاملين فى قطاع السلع الاستهلاكية . سيزيد دخلهم بمقدار هذا الإنفاق ، مما يتطلب زيادة أو التوسع فى المشروعات الاستهلاكية ، فيتم التوسع وإنشاء مشروعات استثمارية استهلاكية لسد متغيرات الطلب الاستهلاكى ، وهذه المشروعات يحدث فيها كما حدث فى المشروعات الأولى . وهكذا فإن الزيادة الأولية بمليون جنيه تؤدى إلى زيادة قدرها أربعة مليون أو خمسة مليون جنيه . وهكذا، كذلك فإن المشروعات السياحية سيزيد دخلها بفعل إنفاق الأجانب على خدمات هذه الشركات . تقوم هذه الشركات باستخدام هذه الزيادة في الدخل على إحداث تجديدات وصيانة في أصوله الثابتة ، مما يمثل ذلك استثماراً واهتماماً جديداً في الاستثمار .

ورغم أن الإنفاق الاستثماري يحقق معدلات متزايدة في الدخل القومي . إلا أنه في بعض الأحوال لا تستجيب تلك الزيادة الأولية لعملية الإنفاق وبصورة مستمرة . فقد تجتاح الدولة موجة تضخمية تقلل من صورة الارتقاء بالنشاط الاقتصادي . لذا فإن الدولة تقوم بوسائل أخرى لتقليل الموجة التضخمية . فيقوم مثلاً بزيادة إيرادات القطاع السياحي . وذلك برفع الضريبة على المشروعات العاملة بقطاع السياحة وخاصة تلك المشروعات الراقية خمس نجوم . والتى لا يتأثر الأشخاص الذين يرتادون عليها بارتفاع أسعارها . بشرط أن تكون من تلك المشروعات التي يكون مرونة الطلب عليها جامدة . بحيث لا تؤثر تلك الزيادة في الضرائب على الطلب عليها . كما تفرض ضرائب على الأرباح الاستثنائية لامتصاص جانب من القوة الشرائية الناتجة عن الإنفاق الاستثمارى المتزايد . ولكن قد تكون الموجة التضخمية شديدة . ولا تصلح معها تلك السياسات . إلا إذا أمكن تصميم نوع من الضرائب على الدخول التى توجه مباشرة للاستهلاك . كالضرائب التصاعدية progressive taxes على الموارد المعطلة وخاصة إذا كانت معدلاتها تتناسب مع كل الدخول وفقاً لشرائح لا تصيب الدخول المنخفضة ومع معدلات تحقق حد أدنى

لا يمكن النزول عليها ، وتحقيق حد أعلى لا يجوز تخطيه . وعلى ذلك ستتحقق زيادة إنتاجية من إيرادات دخولهم ما دام ذلك لن يقلل من إنتاجية من انتقصت دخولهم وبالتالى يزيد الدخل القومى[١] .

فلا بد من استخدام إيرادات موجودة تعود لتؤكد ضرورة تفضيل استخدام جزء من الإيرادات السياحية لعملية الإنفاق ، ولتكن الضرائب المفروضة على النشاط السياحى لتحقيق الزيادة المطلوبة فى الدخل القرمى وهذه الزيادة تتم بفعل مضاعف السياحة ليس بقيمة الزيادة الأولية ولكن بزيادات متتالية بفعل هذا المضاعف . وذلك بعد خصم قيمة التسربات (الإدخار + الإستيراد) فتحقق الزيادة فى الدخل القومى وبذلك يكون مضاعف السياحة = Tourism multiplier

$$= \frac{\text{١ – ميل السياح لإستهلاك السلع المستوردة}}{\text{الميل الحدي للإدخار + الميل الحدي للإستيراد}}$$

(١) وميل السياح لإستهلاك السلع المستوردة = M t

---

(١) د عبد المنعم فوزى – المالية العامة والسياسية المالية – م المعارف الإسكندرية – بدون تاريخ ص ٤٣٥ – ٤٣٦

شراء قطاع السياحة من الخارج
= ────────────────
إجمالى إنفاق السياح

(٢) الميل الحدى للإدخار فى البلد المزار = S

(٣) الميل الحدى للإستيراد (إنفاق على السلع المستوردة) = M

(٤) المضاعف ويرمز له بالحرف K

وعليه يكون مضاعف السياحة [1] =

$$K = \frac{1 - Mt}{S + m}$$

كيفية تقدير الدخل السياحي :

تختلف الطرق التي تتبعها الدول في تحديد وتقدير الإنفاق السياحي كأحد المحددات الأساسية للدخل السياحي . ونتناول هذه الطرق بشئ من التفصيل :

الطريقة الأولي :

وتعتمد هذه الطريقة على احتساب الدخل السياحي من خلال الجهاز المصرفي . وذلك من خلال الوقوف على إنفاق السائحين بوسائل الدفع المختلفة (نقداً ـ شيكات مصرفية ـ شيكات سياحية)

---

(١) د سلوى فهمي ـــ التنمية السياحية وأثرها مرجع سابق ص ١٧٣

وتتناسب هذه الطريقة في الدول المتقدمة مصرفيا . حيث يتطلب لنجاح هذه الطريقة وجود رقابة بصفة مستمرة على نظام النقد . كما يتطلب أن يكون سعر الصرف الرسمي متماثل مع السعر الحقيقي في السوق ، فإذا افتقد السوق المصرفي آيا من هذين الشرطين . فيصعب تقدير ما يتم تحويله للأغراض السياحية من خلال القنوات الشرعية حيث يصبح التعامل في السوق السوداء هى المعول الذي يلتقط معظم التحويلات الغير رسمية وبذلك يصعب تقدير معدل الإنفاق الرسمي .

الطريقة الثانية :

وتعتمد هذه الطريقة على الجهاز السياحي من خلال ثلاثة متغيرات أساسية . عدد السائحين ومتوسط إقامتهم ومتوسط إنفاقهم اليومي ، وعند تطبيق هذه الطريقة يجب الوضع في الاعتبار الآتي :

أ ـ أن هناك بعض السائحين يحملون عملات وطنية لدى دخولهم الدول المضيفة .

ب ـ قد يقوم بعض المقيمين في استضافة بعض السائحين .

جـ ـ أن هناك تناسباً عكسياً من جهة الإنفاق ومعدل الإنفاق . بمعنى أن كلما امتدت مدة الإقامة كلما قل معدل الإنفاق ..

تقدير الإنفاق السياحي في مصر :

أخذت مصر بطريقة التقدير بواسطة الجهاز السياحي ، منذ السبعينيات عند تطبيق أسعار الصرف التشجيعية والذي قضى إلى حد ما على التحويلات التي تتم خارج الجهاز المصرفي . لذا فقد اتجه البعض على أن يمكن الاعتماد في تقدير الدخل السياحي على طريقة الجهاز المصرفي ، ما دامت البيانات قريبة من الواقع ، على أن الأخذ بهذا الرأى لا يمنع من أن يتم وبصفه دورية المقارنة بين تقديرات الجهاز المصرفي ، وتقديرات الجهاز السياحي للاطمئنان على أرقام الإنفاق السياحي وحتى تكون الصورة معبرة عن الواقع [١] .

ويتجه الرأى الآخر إلى ضرورة الأخذ بنظام الجهاز السياحي في تقدير الدخل السياحي ، مع مراعاة الآتي :

- يقسم السائحين إلى مجموعات متجانسة من حيث متوسط الإنفاق ويقترح أن يكون تسعة مجموعات .
- تحديد متوسط الإنفاق اليومي لكل مجموعة من تلك المجموعات تحديداً دقيقاً .

---

١) وزارة السياحة ــ سلسلة دراسات المجالس القومية المخصصة رقم ٢٣ ص ٣٦

ونظراً لأن ذلك قد يأخذ بعض الوقت ، فقد اتفق أصحاب هذا الرأى على أن يكون التقدير وفقاً لعدد الليالي السياحية التي يقضيها السائحين ، من واقع البيانات التي تقدمها مصلحة الجوازات والجنسية [١] .

ولا شك أن الأخذ بهذا الرأى هو الأجدر ـ حيث أن السوق المصرفية في مصر ـ ورغم أحكام الرقابة على النقد . إلا أن هناك نسبة تسربات كبيرة وبالتالي فإن هذه الطريقة هى التي تتفق مع السوق المصرفية المصرية .

(١) الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء وحركة السياحة مع تغير بعض التفاصيل

الباب الخامس
متطلبات صناعة السياحة
في ظل التحديات العالمية

الباب الخامس
متطلبات صناعة السياحة
في ظل التحديات العالمية

مما لا شك فيه أن العولمة الاقتصادية قد طغت بكل نفوذها على كل المعالم الاقتصادية في العالم ، ولا شك أن صناعة السياحة إحدى هذه المعالم ، وصناعة السياحة لا بد أن تأخذ مجالاً متطوراً يتواءم مع ما وصلت إليه تكنولوجيا الصناعة في العالم ، وذلك وفقاً لما جاءت به بنود اتفاقية الجات ، وعلى ذلك نقوم بشرح وتحديد صناعة السياحة في ظل تلك العولمة .

الفصل الأول
السياحة والمنظمات العالمية (الجات)

لا شك أن اتفاقية التجارة العالمية هى تلك الاتفاقية التى تعطى الأحقية لجميع الدول أعضاء الإتفاقية فى انتقال السلع ورؤوس الأموال بحرية كاملة ـ دون التقيد بقيود الجمارك ، أى بمعنى آخر هو التعاون الدولى فيما بين الدول الأعضاء فى مجال تبادل السلع والخدمات والتعاون السياحى هو أحد مظاهر ذلك التعاون الدولى على غرار التعاون الإقليمى ، ويبرر قيام هذا التعاون فى مجال السياحة الاعتبارات الآتية :

١ـ إمكانية تحقيق التكامل السياحى بين الدول محل الاتفاق بحيث تكون منطقة سياحية واحدة ، يحق لأى دولة عضو الاتفاق ، زيارة أى دولة أخرى من خلال تذليل العقبات الإدارية فى المنطقة ، وبحيث يحل التكامل محل المنافسة ، وعادة ما تحدده لجان، تشكل من أجل وضع السياسات التى تذلل جميع الصعوبات التى تواجه المنطقة السياحية .

٢ ـ اتساع أنشطة المنظمات الدولية والإقليمية فى المجال السياحى ويعتبر الاشتراك فى أعمال المؤتمرات الدولية والإقليمية التى تعقدها

هذه المنظمات إحدى صور هذا التعاون . وعادة ما تكون الدول النامية under developing comtres في حاجة إلى مساعدات مالية . لذا فإن توثيق الصلات بين الأجهزة السياحية في تلك الدول النامية ، تسهل من إمكانية حصولها على المساعدات المالية والفنية المطلوبة[١] .

٣ ـ تسهيل الرحلات السياحية الطويلة التى تتم عبر عدة دول ، وذلك استجابة للاتجاه السياحى المتزايد فى زيارة أكثر من دولة فى الرحلة الواحدة ، ويلاحظ هذا الاتجاه بصفة خاصة فى سياحة السيارات التى تزداد انتشاراً عام بعد عام ، ولا شك أن التعاون على النسق الإقليمى يؤدى إلى تحقيق عدة مزايا سياسية وسياحية لدول المنطقة[٢] .

السياسة السياحية لقطاع السياحة مع التطبيق على مصر فى ظل الجات :

إن استراتيجية السياحة الدولية تتمثل فى ضرورة التعاون بين الدول فى سبيل إزالة المعوقات التى تواجه تلك الدول فى حرية فتح الأسواق بينهم ، ويقتضى ذلك الأمر اتجاه القائمين على قطاع

---

(١) د. نبيل شحاته الروبى ـ التنمية ـ مرجع سابق ص ١ / ١٥٣

(2) tourism for the travel agent, edited by no nasintitute of certified travel agents p.p 181 – 182

السياحة وضع سياسات وأهداف تحد من معيار التنافس . وتسهل من معيار التعاون . وهذه السوق المفتوحة تتطلب تنازل كل دولة عن بعض الحقوق المفروضة فى سبيل تطبيق سياسة المعاملة بالمثل كما يتطلب تطبيق قانون الدولة الأولى بالرعاية ، وهى تلك الدولة التى تحصل على حقوق استثنائية لا تحصل عليها غيرها ، لظروف سياسية أو اقتصادية .

أداء القطاع السياحي المصرى فى ظل اتفاقية الجات وأثرها على جميع الدول النامية :

تأثر الأداء السياحى المصرى فى ظل اتفاقية التجارة العالمية بعدة اعتبارات نجملها على النحو التالى :

١ـ التأثير على حجم الاستثمار :

يسيطر الاستثمار الأجنبى المباشر والمتمثل فى الشركات متعددة الجنسيات على معظم اقتصاديات العالم النامى والمتقدم حيث أنها مسئولية عن جميع الصناعات التى تحتاج إلى تكنولوجيا متقدمة، كما أصبحت ومنذ أوائل الثمانينات مسئولة عن تطوير الاستثمارات فى قطاع الخدمات المتمثل فى قطاعات التأمين ، والمصارف . والسياحة .

إن الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع السياحة . قد حققت قفزة قوية. من خلال الشركات الدولية الفندقية ومنظمى الرحلات العالمية . وفى بعض الأحوال مشاركة هؤلاء المنظمين فى جزء من رأس مال المشروعات السياحية ، لكونهم يسيطرون على معظم أحوال الطلب السياحى الدولى . ومشاركتهم هذه فى أى دولة نامية . يجعل هذه الدولة فى محيط اهتمامات السياحة العالمية ، ويخلق طلب فعال على أسواقها .

كما أن الاستثمار الأجنبى المباشر ، يؤدى إلى زيادة رأس المال الاجتماعى فى الدول النامية ، من خلال مشروعات البنية الأساسية التى تصاحب المشروعات السياحية التى تنشأ فى تلك الدول ، كمشروعات الصرف الصحى . والكهرباء ورصف طرق وغيره .

والشركات الأجنبية العاملة فى مجال السياحة فى الدول النامية . تُكسب العاملين خبرة كبيرة ، وتكنولوجيا هائلة من خلال الاحتكاك بالعمل بتلك الشركات العالمية ، وتخفف من حدة استنزاف العقول البشرية . وهى ظاهرة السفر إلى الخارج والعمل لدى بعض الشركات غير الفنية بأجور ليست مجزية .

ومن خلال جولة أرجواى وهى احدى جولات اتفاقية التجارة العالمية ، تم وضع مزيد من قواعد إزالة القيود التجارية على المشروعات الاستثمارية ، ومن هذه المشروعات ، المشروعات السياحية ، تلك القواعد تمثلت فى :

١- الربط بين النقد الأجنبى المطلوب للاستيراد ، وذلك النقد العائد من التصدير .

٢- ضرورة بيع نسبة معينة من المنتج فى السوق المحلية .

٣- إحداث التوازن بين صادرات وواردات المستثمر الأجنبى وهى تفترض على المستثمر عدم الاستيراد بأكثر مما يُصدر .

٤- ضرورة استخدام المستثمر الأجنبى لنسبة من مستلزمات الإنتاج المحلية فى المنتج النهائى ، وتحسب كنسبة مئوية من قيمة المنتج النهائى، أو كقيمة مطلقة .

بينما لا يشترط الاتفاق على شرط ملكية الأجنبى فى نسبة من ملكية المؤسسة ، بل يجب أن تكون تلك الملكية فى حوزة المستثمر المحلى ، كما تحد الاتفاقية من حصة المستثمر الأجنبى من إعادة رأس المال والمكاسب إلى البلد الأم .

وفى مصر ما يخص الاستثمار السياحي فقد نص قانون الاستثمار رقم ٤٣ لسنة ٧٤ المعدل بالقانون رقم ٢٣٠ لسنة ٧٨ والقانون ٨ لسنة ١٩٩٧ ، مجموعة من المزايا منها ما يأتى :

١ـ الحرية الكاملة فى تحويل الأرباح والمال المستثمر إلى الخارج .

٢ـ إعفاء أرباح المشروعات من الضريبة العامة على الإيراد .

٣ـ إعفاء المستثمر من الضرائب والرسوم الجمركية على مستلزمات إنشاء المشروع .

٤ـ إعفاء المستثمر من ضرائب ورسوم على القروض الخارجية بالإضافة إلى مجموعة القوانين التى تشجع الاستثمار السياحى ومنها القانون رقم ١ لسنة ٧٣ ، والقرار الذى صدر عام ١٩٨٣ بشأن إنشاء هيئة القطاع العام للسياحة ، والقرار رقم ٣٣٣ الخاص بالجمارك والتعريفه الجمركية لسنة ١٩٨٦ والخاص بإعفاء قطاع الفنادق والمنشآت السياحية من الرسوم الجمركية على الواردات .

٢ـ أثر المنظمات العالمية على الطلب السياحي :

تشير الدراسات البحثية الاقتصادية أن الآثار الاقتصادية التى تترتب على اتفاقية التجارة العالمية والتى تؤثر على الاستثمار السياحى . تتجه إلى أن العالم كله سيتأثر ويستفيد من تحرير

التجارة فى القطاع السياحى وأن النصيب الأعظم سيكون من نصيب الدول الصناعية الكبرى حوالى ٧٠ ٪ من زيادة الدخل العالمى من قطاع السياحة ، ولاشك أن سيطرة الشركات العالمية أو الدولية النشاط على استثمارات الدول النامية . ومن خلال ذلك الاحتكاك الدولى . ستخلق طلب سياحى على قطاعات السياحة فى الدول النامية ، ومن تلك الدول مصر التى حباها الله بظروف وعوامل طبيعية وسياحية لا توجد فى العالم أجمع ، مما يجعل الطلب السياحى عليها من الشركات متعددة الجنسيات مرتفع ، وبالتالى خلق بيئة استثمارية سياحية مرتفعة التقنية، مما يزيد الطلب السياحى من الدول الراغبة للسياحة إلى مصر .

الجات والإدارة السياحية والأجنبية :

تساهم شركات الإدارة والخدمات السياحية ، بجزء كبير من زيادة الطلب السياحى فى الدول النامية ، فشركات الإدارة والخدمات السياحية الدولية ، تتواجد فى معظم الدول النامية ، ويشترط عليها تدريب العاملين فى القطاع السياحى بواسطة الشركات الأجنبية العاملة داخل البلد المضيف مما يحقق قيمة مضافة **added value** فى مكان السياحة .

فشركات الخدمات السياحية العالمية ، مثل شركة هيلتون العالمية وشيراتون موجودة فى معظم الدول النامية وعلى رأسها مصر تمنح الخبرة للعاملين بها ، وأن معظم المديرين الإداريين والأعضاء المنتدبين لتلك الشركات من المصريين ، مما يؤكد نجاح فكرة اكتساب التكنولوجيا السياحية من الشركات متعددة الجنسيات .

كما تلعب الإدارة الأجنبية فى قطاع السياحة دوراً هاماً فى التسويق السياحى فى تلك الدول ، بما تملكه تلك الشركات من أنظمة متقدمة فى الحجز وجميع اجراءات التسويق السياحى مما يؤدى إلى زيادة الطلب السياحى فى تلك الدولة ومنها مصر .

اثر الجات على العمالة وحركة الأشخاص الطبيعيين :

إن تحرير التجارة العالمية من المتوقع لها أن تحقق مزايا تنافسية فى القطاع السياحى ، ونظراً لأن السياحة لها طبيعة خاصة من خلال صناعة تميز بكثافة العمالة ، لذا فإن الدول النامية سوف تحقق وفرة نسبية فى معيار العمالة ، وإن كانت لا تحقق ميزة تنافسية ، لذلك فلا بد من الاهتمام بتطوير قطاع السياحة فى العنصر البشرى وذلك عن طريق الاحتكاك بالشركات الأجنبية العاملة بقطاع السياحة فى الدول النامية . ومن خلال شروط اتفاقية التجارة

العالمية (دورة أرجواى) بضرورة واشتراط تدريب العمالة فى تلك الدول على أعمال الحجز والتنشيط السياحى والتسويق المتطور .

الفصل الثانى
أثر العولمة على السياحة

المبحث الأول
أثر العولمة على زيادة التسويق السياحى [١]

لاشك أن السياحة العالمية ، قد تطورت بصورة مذهلة منذ تسعينات القرن الماضى حيث وصلت فى عام ١٩٩٤ إلى ٥٢٨ مليون زيارة سياحية ، كما وصلت عام ٢٠٠٠ إلى ٦٣٧ مليون زيارة سياحية فى حين وصلت عام ٢٠٠٣ إلى ٧١٨ مليون زيادة سياحة حسب إحصاء منظمة السياحة العالمية .

كما أن الإنفاق السياحى الدولى وصل فى عام ٢٠٠٠ ، ٥٠٤ مليار دولار / كما وصل فى عام ٢٠٠٣ إلى ضعف هذه النسبة مما يؤكد أن السياحة العالمية أصبحت صناعة هامة جداً ، حيث أنه ومنذ أكثر من أربعون عام كان عدد الدول المتنافسة ٦٠ دولة قفز إلى ٢٠٠ دولة ، وأسلوب المنافسة أصبح مستقراً جداً لدرجة أن كثير من الخبراء الدوليين فى السياحة يقولون أن عصر السياحة الجديدة بدأ بالمقارنة بما كانت عليه السياحة قديماً .

---

(١) د. صلاح عبد الوهاب ـ الأهرام الاقتصادى ـ العدد ١٣٦٦ ص ٤٦ .

لقد طرأ على السياحة تطورات غربية الشكل . منها تطورات خاصة بالأنماط السياحية المختلفة . كطرق التوزيع وطرق الاتصال الآلية . تلك النظم العالمية يوجد بعضها فى أوروبا . والبعض الآخر فى أمريكا وكندا واستراليا واليابان . وهذه الأنظمة المختلفة تدخلت واتصل بعضها بالبعض بحيث أصبح هناك تكامل فنى فى النظم السياحية المتطورة .

ولقد أحدث ذلك التكامل **imsigration** تطورات هائلة فى التسويق السياحى . فتحت توقعات **prospects** جديدة لاعداد السائحين القادمين .

وأفرزت أنواعاً جديدة منها مايطلق عليها سياحة الاهتمامات الخاصة ، والسياحة الأيكولوجية وسياحة الطبيعة . وهى أنواع سياحات لم تكن معروفة . كما أنه طرأ تغيراً على تشجيع السياحة الثقافية وسياحة التراث . ولا تشمل فقط الآثار وإنما تشمل الآثار الغارقة . وسياحة المهرجانات والاحتفالات . مثل مهرجان السامبا فى البرازيل وسياحة الأوبرا . وأصبح لها أسلوب جديد فى التسويق بالإضافة إلى سياحة الاستجمام بعد أن كان يسمى استجماما

استرخائيا ، انقلبت إلى سياحة نشطة وشملت أنماطاً فرعية من السياحة .

كما يوجد متغير ثالث ومهم وهو الحرص على البيئة وتطوير السياحة بما يتفق مع هذا المعيار . ومن أجل تطوير السياحة فى الدول النامية ـ واهتمامها بنظام العولمة السياحية ، نجد أنه لابد من وضع بعد النقاط التى يجب أن نسترشد بها :

١ـ دعم دور المكاتب السياحية بالخارج .

٢ـ يجب وضع فى الاعتبار عند المقارنة بين السياحة فى الدول النامية ، والسياحة فى الدول المتقدمة ، عدم المقارنة فى الكمية ـ حيث أن هناك فارُق بين هذه الدول فى المستوى الثقافى والتكنولوجى والسياحى .

٣ـ التركيز على جودة وارتفاع مستوى الخدمات التى تؤدى للسائح ، وضرورة إعطائه نوعاً من الأهمية والتميز أثناء زيارته ، مع إعتبار أنه من عوامل زيادة الدخل القومى .

٤ـ ضرورة وضع قيود على الشركات السياحية التى تعمل فى الدول النامية ، بحيث لا يسمح لها بالاستمرار إلا إذا كانت قد أضافت شئ إلى قطاع السياحة فى هذه الدول .

المبحث الثاني
دور سعر الصرف الأجنبي في تنشيط صناعة السياحة

تقديم :

يرتبط تواجد السائحين في أى دولة مضيفة بأسعار سعر الصرف فيها ، من خلال استبدال النقد الأجنبي بعملة الدولة المضيفة ، ولما كان هؤلاء السائحون ، وهم في طريقهم إلى عملية الاستبدال ، يعقدون مقارنة فيما بين سعر الصرف للعملة الأجنبية ، وسعر الصرف في الدولة المضيفة ، فقد يكون ذلك في بعض الأحيان حافزاً للبقاء فترة أطول وفقاً للدخل المتاح لديهم ، وقد يكون على خلاف ذلك عندما يكون سعر الصرف في الدولة المضيفة مرتفعاً فيقل بذلك الدخل المتاح مع السائحين بعد استبداله exchange ، لذا فإن سعر الصرف ذو علاقة عكسية بالنشاط السياحي ، وبالتالي يكون ذو علاقة عكسية بالإيرادات السياحية ، فكلما كان سعر الصرف منخفضاً في الدولة السياحية ، كلما زادت الإيرادات السياحية ، لزيادة الطلب السياحي ، والعكس كلما ارتفع سعر الصرف انخفض الطلب السياحي وبالتالي انخفضت الإيرادات السياحية .

طبيعة السوق المصرفية الحرة للنقد الأجنبي [(١)]

عند تطبيق سياسة الانفتاح الاقتصادي في بداية سبعينيات القرن الماضي ، اتجهت السلطات الاقتصادية إلى التخفيف من القيود التي كانت واردة على حركة النقد الأجنبي . التي ظلت لفترات طويلة بمثابة ثغرة كبيرة في محتوى النشاط الاقتصادي . لذا فقد بدأت بإنشاء ما يسمى بالسوق الموازية سنة ١٩٧٤ . والتي بموجبها تجعل سعر الصرف في حالة تغير بنسب مئوية مختلفة أن يكون سعر الصرف تشجيعياً يعاد النظر إليه بعد ذلك بين فترة وأخرى . ثم قامت السلطات النقدية بتعديل قانون النقد الأجنبي بما يتلاءم مع الأوضاع الاقتصادية الراهنة ، وعلى أثر ذلك صدر القانون رقم ٩٧ / ١٩٧٦ والذي يعتبر حجر الزاوية لبداية تحرير سعر الصرف . حيث أتاح التعامل بالنقد الأجنبي وأباح حيازته وفتح حسابات حرة بالبنوك المحلية بهذا النقد الأجنبي . ثم وجدت السلطات النقدية تطوير الوضع إلى أكثر من ذلك فقامت بتوحيد سعر الصرف مع تخفيض قيمة الجنيه المصري ، فأصبح هناك سعراً موحداً للمعاملات التي تتم عن طريق البنوك المعتمدة . وسعراً آخر للمعاملات التي تتم

---

(١) د. حمدي عبد العظيم ـ اقتصاديات السياحة ـ مكتبة زهراء الشرق ١٩٩٦ ص ١٧٩ وما بعدها

من خلال مجمع البنك المركزي المصري وقدر في هذا الوقت بسعر ٧٠ قرشاً للدولار بعد أن كان ٣٩,٢ قرشاً للدولار ، ثم بدأت الأسعار التشجيعية في تطورها فقد وصل سعر صرف الجنيه المصري بالنسبة للدولار خلال فترة الثمانينات ١٣٥ قرشاً للدولار ، وفي عام ١٩٨٦ اتجهت السلطات الاقتصادية إلى وضع إجراءات جديدة تمثل سياسة تقييدية للواردات ، بتعديل سعر الصرف المحدد للأغراض الجمركية ، وعلى أثر ذلك تم إلغاء نظام العلاوة التشجيعية لدى البنوك المعتمدة ، مع إعلان السعر بشكل مباشر بمعرفة البنك المركزي ، وبذلك أصبح هناك أسعار صرف متعددة للجنيه المصري ، سعر رسمي يطبق على المعاملات الخاصة بمجمع البنك المركزي المصري ، وسعر يطبق على معاملات مجمع البنوك التجارية المعتمدة ، وسعر يطبق على المعاملات مع دول الكتلة الشرقية من خلال نظام الاتفاقيات ، وسعر للاستيراد بدون تحويل عملة ، بالإضافة إلى السعر المتغير سوقياً في السوق السوداء .

ولما كان سعر الصرف في السوق السوداء في ذلك الوقت ، يفوق كل الأسعار السابقة ، فقد تحولت معظم حصيلة النقد الأجنبي ومدخرات العاملين في الخارج إلى هذه السوق ، مما يعد ضربة قوية

لسوق النقد . وتعد بمثابة عرقلة النشاط الاقتصادي عن توفير المتطلبات اللازمة من النقد الأجنبي لحساب المدفوعات الدولية للواردات من السلع الرأسمالية . والسلع الأساسية ، ومن ناحية أخرى فقد تأزم الموقف عندما سيطرت السوق السوداء على المشروعات السياحية والفنادق والمحال السياحية بغرض المضاربة وحرمان خزينة الدولة من العملات الأجنبية ، مع استمرار ارتفاع تكلفة السياحة في مصر بدرجة لا يجعلها تحقق وضعاً تنافسياً في السوق السياحية .

وفي عام ١٩٨٧ صدر قرار وزير الاقتصاد والذي يتضمن بإعلان سعر الصرف في السوق الحرة وفقاً لقوى العرض والطلب . مع استمرار فتح باب الاستيراد مع إيداع ٣٥ ٪ من قيمة الواردات كتأمين . مع التزام الجهاز المصرفي بتدبير العملات الأجنبية اللازمة للاستيراد من خلال تدفق النقد الأجنبي إلى البنوك المحلية .

ومن خلال دراستنا هذه نقوم بمعرفة أثر السوق الحرة المصرفية على إيرادات السياحة . وكذلك أثر هذه السوق على تكلفة وعائد المشروعات السياحية . وذلك بسبب ارتفاع معدل المكون الأجنبي في الاستثمارات السياحية على المستوى القومي . لذا فإن

تخفيض قيمة الجنيه المصري تجاه العملات الأجنبية ، بعد إنشاء السوق الحرة المصرفية أدى إلى زيادة أعباء المشروعات السياحية ، كالفنادق والقرى السياحية ، نظراً لارتفاع تكلفة المستلزمات والمواد الوسيطة المستوردة من الخارج ، فضلاً عن أعباء القروض التي يتم الحصول عليها قبل فتح الأسواق المصرفية الحرة ، ونظراً لعدم كفاية حصيلة النقد الأجنبي للوفاء بتلك الالتزامات ، فقد زادت أعباء المشروعات السياحية. وقد تم صدور قانون تعديل قانون النقد الأجنبي رقم ٩٧ / ١٩٧٦ والذي قضى بمنع تعامل السائح بالنقد الأجنبي في السوق المصرية ، بل لا بد من تغيير العملة الأجنبية بالجنيه المصري ، وبذلك يتم تجريم التعامل مع السوق السوداء ، ولا شك أن هذا الاتجاه قد خفف من حدة الأزمة التي حدثت للمشروعات الاستثمارية السياحية ، حيث بدى الوضع أحسن حالاً ، بعد الاتجاه إلى قوى السوق المصرفية .

الحركة السياحية في مصر بعد إنشاء السوق المصرفية :

نستهل في هذا الجزء دراسة مدى تنمية الحركة السياحية في السوق السياحية من خلال الناتج السياحي . وحركة

الفنادق على أثر إنشاء السوق المصرفية الحرة ، والتي توضح عن حركة تلك السوق أدت إلى :

١ـ ارتفاع إجمالي عدد السائحين من حوالي ١١٨ مليون سائح عام ١٩٨٧ إلى حوالي ٤,٣ ٪ من السياحة العالمية عام ١٩٩٣ ، كما أن في سبتمبر ٢٠٠١ زاد عدد السياح في مصر بنسبة ٩ ٪ عالمياً ، بينما لم تتجاوز نسبة النمو السياحي في العالم كله أكثر من ٤ ٪ ، كذا فقد انخفضت الأسعار المحلية بالنسبة للسائح الأجنبي بعد تخفيض قيمة الجنيه المصري في ظل تعويم سعر الصرف .

٢ـ ارتفع عدد السائحين القادمين من دول البترول بنسبة تقترب من ٥٠٪ وهى نسبة لم تحدث من قبل ، حيث أن عملات هذه الدول تتجه إلى الارتفاع مقابل الدولار ، ومن ثم فإن تخفيض الجنيه المصري أمام الدولار بصفة رسمية في السوق المصرفية أدى إلى حدوث فائدة مضاعفة للسائحين القادمين من هذه الدول .

٣ـ ارتفاع أعداد الليالي السياحية في مصر بصورة كبيرة ، بسبب ارتفاع الدخول الحقيقية للسائحين في مصر نظراً لانخفاض قيمة الجنيه المصري في إطار السوق المصرفية الحرة مما أدى إلى زيادة معدل تلك الليالي التي يقضيها الأجانب في مصر ، ومن هنا نجد أن

إنشاء تلك السوق كان أثراً إيجابياً على كل من أعداد السائحين ، وزيادة عدد الليالي السياحية .

٤ـ ارتفع متوسط مدة الإقامة في مصر بنسبة كبيرة وذلك نتيجة للزيادة الكبيرة التي حدثت في أعداد الليالي السياحية والناتجة عن انخفاض تكلفة الإقامة بعد إنشاء السوق بتغير قيمة النقد الأجنبي ، وجدير بالذكر أن السنوات السابقة على إنشاء السوق المصرفية لم ترتفع فيها متوسط مدة الإقامة عن ستة ليالي ، في حين ارتفعت بعد إنشاء السوق إلى أكثر من اثنى عشر ليلة أى بزيادة تعادل ٥٠ ٪ .

٥ـ مرونة الطلب على السياحة في مصر بعد إنشاء السوق المصرفية الحرة :

يمكن التأكد من التغير الذي حدث على حركة السياحة في مصر ـ على أثر التغير الذي حدث في سعر الصرف بعد إنشاء السوق المصرفية الحرة ـ من خلال ملاحظة هذا التغير على كل من عدد الليالي السياحية ومدة الإقامة وذلك على النحو التالي : (١)

من خلال ملاحظة مرونة الطلب على النشاط السياحي خلال عام ١٩٨٧ وُجد أن الطلب على الليالي السياحية يعتبر شديد المرونة

---

(١) د حمدي عبد العظيم ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ١٨٥ وما بعدها

تبعاً للتغيرات التي حدثت في سعر الصرف بعد إنشاء السوق المصرفية بينما انخفض معدل المرونة العددية ومرونة الإقامة بالنسبة لمرونة الليالي السياحية . وإن التصقت أيضاً بدرجة مرونة وإن كانت أقل من مرونة الطلب على الليالي السياحية .

ونلاحظ أن إنشاء السوق المصرفية لم تبدأ إلا في شهر مايو ١٩٨٧ وهو ما يجعل احتساب المرونة خلال عام ١٩٨٧ أقل فيما لو اتجهنا إلى ملاحظة ذلك بعد سنوات من إنشاء السوق المصرفية ، حيث وصلت حركة السياحة بصفة عامة عام ١٩٩٤ إلى ٥٢٨ مليون زيارة سياحية ، ووصلت عام ٢٠٠٠ إلى ٦٣٧ مليون زيارة سياحية ، في حين وصلت عام ٢٠٠٣ إلى ٧١٨ مليون زيارة سياحية حسب إحصاءات منظمة السياحة العالمية [(١)] .

الإيرادات السياحية بعد إنشاء السوق الحرة :

نظراً لأن السياحة هي صادرات غير منظورة ، لذا فإن التغير في سعر صرف أى دولة ، يؤدي إلى التغير في عامل الطلب على النشاط السياحي كخدمة من الخدمات أو منتج غير منظور ، وبمقتضى قرار إنشاء السوق الحرة المصرفية والتي تؤدي إلى انخفاض قيمة الجنيه

---

(١) د. صلاح عبد الوهاب ـ الأهرام الاقتصادي ـ العدد ١٣٦٦ ص ٤٦

المصري أمام العملات الأخرى بالنسبة لقطاع السياحة كأحد مصادر زيادة الدخل القومي ، ومن خلال تخفيض قيمة الجنيه المصري أمام العملات الأخرى ، فإن ذلك يؤدي إلى زيادة الطلب على عملة البلد ، ومن ثم يؤدي وبفرض ثبات العوامل الأخرى إلى ارتفاع قيمة العملة ، لأن قوى العرض وقوى الطلب على قيمة عملة معينة ، تعني تحرك قوى العرض وقوى الطلب نحو منتجات هذه الدولة ، فإذا ارتفع الطلب على عملة الجنيه المصري ن معنى ذلك ارتفاع الطلب على المنتجات المصرية ن وبالنسبة للسياحة فإن ارتفاع الطلب على الجنيه يعني ارتفاع الطلب على السياحة المصرية ، نظراً لانخفاض قيمة الجنيه من خلال سياسات سعر الصرف التشجيعي ، والطلب على العملة الوطنية ، هو طلب مشتق من الطلب على الجهاز الإنتاجي للدولة أى عرض للعملات الأجنبية في صورة إيرادات سياحية من السائحين ، ومن خلال ذلك نجد أن الإيرادات السياحية المحققة بعد صدور قانون السوق الحرة قد تضاعفت بالنظر إلى الإيرادات المتدفقة على البنوك المعتمدة وبالنسبة لاتفاقات الدفع وذلك على النحو التالي :

ـ العملات الحرة قد تكون عملات نقدية مباعة للبنوك أو حسابات مجنبة .

ويلاحظ أن الإيرادات السياحية المحققة لدى البنوك المعتمدة بلغت ٩٤١ مليون جنيه خلال سبعة شهور فقط من عام ١٩٨٧ . تاريخ اعتماد قرار السوق المصرفية ، بزيادة قيمتها ٢٠,٢ ٪ عن إيرادات عام ١٩٨٦ .

ـ بلغت العملات الحرة نحو ٩٨,٩ ٪ من إجمالي الإيرادات السياحية خلال نفس الفترة ، في حين كانت العملات الحرة عام ١٩٨٦ تمثل ٩٨,٤ ٪ ، ويعني ذلك أن هناك زيادة في الطلب على السياحة في مصر بعد صدور قرار السوق الحرة ، والدليل على ذلك أن نسبة الإيرادات بالعملات الحرة خلال شهر يوليو سنة ١٩٨٧ بلغت ٩٩,٢ ٪ من إجمالي الإيرادات السياحية في حين بلغت خلال شهر مايو ١٩٨٧ أى قبل صدور القرار ٩٩ ٪ فقط أى بزيادة ٠,٢ ٪ .

عندما اتجهت أسعار الصرف إلى الثبات . أى لم تتغير قيمة الجنيه المصري بالنسبة لأسعار العملات الأخرى . فإن حركة السياحة لم تتغير في جميع متغيراتها . في حين نجد أنه عندما حدث ارتفاع في أسعار العملات الأجنبية مقابل الجنيه المصري في

أكتوبر ١٩٨٧ أدى ذلك إلى ارتفاع قيمة الإيرادات السياحية بمعدل ١٩,٢ ٪ عن شهر سبتمبر ١٩٨٧ فضلاً عن زيادة الحركة السياحية خلال تلك الفترة .

مرونة الإيرادات السياحية [1] :

من خلال هذا الجدول نقوم ببيان معدل التغير في الإيرادات السياحية على أثر التغيرات التي حدثت في سعر الصرف خلال عام ١٩٨٧

الشهر	تغيرات سعر الصرف	تغيرات الإيرادات ٪	المرونة
يونيو ١٩٨٧	٢٤,٣	(+) ٥٥	٢,٣
أغسطس ١٩٨٧	(ـ) ٠,٩	(ـ) ٢	٢,٢
أكتوبر ١٩٨٧	٤,١	(+) ١٩,٢	٤,٧
نوفمبر ١٩٨٧	٣,١	(ـ) ٩,٤	٣,٠٠

ونلاحظ على الجدول أن درجة المرونة تتوقف على معدل التغير الذي حدث في سعر الصرف للعملة الوطنية . فعندما حدثت تغيرات بمعدل ٢٤,٣ ٪ زادت الإيرادات السياحية بمعدل ٥٥ ٪ . أما عندما حدث انخفاض في التغير في أسعار الصرف أى ارتفع قيمة

---

(١) البنك المركزي المصري ـ الإدارة العامة للرقابة على النقد الأجنبي ـ بيانات غير منشورة

الجنيه المصري بالنسبة للعملات الأخرى بمعدل (ـ) ٠.٩ ٪ حدث انخفاض في قيمة الإيرادات السياحية بمعدل (ـ) ٢ ٪ . وعندما ارتفعت أسعار الصرف مرة أخرى بنسبة ٤,١ ٪ أى انخفض الجنيه المصري مقابل العملات الأخرى بنفس النسبة . ارتفعت الإيرادات السياحية بمعدل زيادة ١٩,٢ ٪ وهكذا ، أى أن معدل المرونة يسير في اتجاه عكسي مع سعر الصرف للجنيه المصري ، فعندما تنخفض قيمة الجنيه المصري ، يؤدي ذلك إلى زيادة الإيرادات السياحية . لزيادة الطلب على الخدمات السياحية المصرية ، وبالتالي زيادة قيمة الإيرادات وزيادة قيمة نصيبها من العملات الحرة ، وعلى العكس عندما يرتفع قيمة الجنيه المصري بالنسبة للعملات الأجنبية الأخرى يؤدي ذلك إلى انخفاض الإيرادات السياحية نتيجة انخفاض الطلب السياحي وبالتالي انخفاض قيمة العملة الأجنبية .

الباب السادس
السياحة ومشاكل التنمية الاقتصادية

الفصل الأول
مفهوم ومصادر التنمية الاقتصادية

يمكن تقسيم هذا الفصل إلى عدة مباحث كل مبحث يتخصص في شرح عناصر محددة في التنمية الاقتصادية .

المبحث الأول
مفهوم التنمية الاقتصادية

على الرغم من أن مفهوم التنمية الاقتصادية قد تطرقه كثيراً من الكتب الاقتصادية ، واتجه إلى تحديده كثير من علماء الاقتصاد ، إلا أنهم قد اختلفوا في تفسيره وفى تحديد المعايير المحددة له .

فذهب البعض إلى أن التنمية الاقتصادية هى عملية الزيادة المستمرة فى متوسط دخل الفرد عبر فترة ممتدة من الزمن[1] .

وعلى الرغم من أن زيادة متوسط دخل الفرد ، هى احدى عناصر التنمية الاقتصادية ، إلا أن ذلك ليس مفهوم التنمية ، فالتنمية الاقتصادية تعنى تغييراً جذرياً فى كل الهياكل الاقتصادية فى الدولة ، أى الانتقال من الوضع المتخلف إلى الوضع المتقدم ، ولذلك يمكن أن نعبر عن أن زيادة متوسط دخل الفرد يمكن أن يدخل فى مصطلح النمو الاقتصادى **economic growth** أى أن النمو

---

(1) U. Hicks , " economic growth and development" oxford Economic paper, 1960

الاقتصادى يعبر عن التغيرات الكمية فى كل من الإنتاج والدخل وبالتالى فى العمالة ، أما التنمية الاقتصادية ، فيستخدم فى معنيين ، الأول يشير إلى إتساع نطاق التغيرات الكمية لتشمل بالإضافة إلى الزيادة فى الدخل والإنتاج والعمالة ، زيادة فى رفاهية قطاع عريض من السكان أو التحسن فى الظروف المعيشية ، والمعنى الآخر يتضمن التغيرات الهيكلية التى تسعى عملية التنمية إلى إحداثها مثل تعديل هيكل الإنتاج وتطوير وسائل وطرق الإنتاج ، وتطوير أنواع السلع والخدمات ، والتغيير فى هيكل التجارة الدولية [١] .

ويرى البعض الآخر أن التنمية الاقتصادية هى الزيادة المستمرة فى متوسط دخل الفرد التى تصاحب ويكون نتيجة لتصحيح الاختلالات الهيكلية ومن ثم تقدم أساليب الإنتاج المستخدمة [٢] .

وفى هذا الصدد يشير هذا التعريف إلى عدة ملاحظات :

١ـ أن الزيادة فى الدخل التى يعتريها ، هى تلك الزيادة التى تكون مصاحبة للتطور ، والتغيرات الهيكلية ، والتعريف بتكنولوجيا الإنتاج ، وتكنولوجيا الإنتاج تشمل قوى الإنتاج الاجتماعية (مادية

---

(١) د. مصطفى الشبراوى ـ اقتصاديات التنمية والتخطيط الاقتصادى ـ جامعة طنطا ١٩٩٣ ص ٥٨ وما بعدها .

(٢) د. عمرو محى الدين ـ التخلف والتنمية ـ دار النهضة العربية ـ ١٩٧٧ ص ٢١١ وما بعدها .

- بشرية) ويتطلب ذلك تغيراً فى البنيان الثقافى (عادات وقيم ومؤسسات اجتماعية وثقافية) بما يتلائم مع هذا التغير فى قوى الإنتاج .

٢- لا يمكن الجزم بأن الاقتصاد القومى قد دخل مرحة التنمية إلا إذا أصبح نمطاً طبيعياً أى أن يكون هناك قوى النمو الذاتى المستمر الذي يكون قادراً على اجتياز كافة العقبات التى تواجه حركة التنمية الاقتصادية .

٣- يجب التفرقة بين التنمية الاقتصادية ومفهوم التحضر الغربى ، فمفهوم التحضر الغربى ، يتمثل فى محاكاة سلوكيات المجتمعات الغربية ، وذلك من خلال استهلاك أحدث ما وصلت إليه الموضة العالمية من سيارات ، وملابس وأثاث وغيره .

ولا يعنى ذلك تنمية اقتصادية ، حيث أن هذه الأخيرة تعنى تغبيرات جذرية فى الهياكل الإنتاجية تؤدى إلى تحقيق رفاهية فى كل قطاعات الدولة .

ونرى أن التنمية الاقتصادية هى عملية تطوير فى قطاعات الدولة المختلفة . بداية من مرحلة التغيير فى الهياكل الإنتاجية (مادية + بشرية) حتى حدوث عملية التراكم الرأسمالى .

فعملية التنمية الاقتصادية ، لم ولن تحدث فجأة وبدون دراسة دقيقة وخطة مسبقة تتكون من عناصر مختلفة لتحقيق هذا الهدف الأسمى ، فخلق البيئة الاقتصادية المناسبة لعملية التنمية هى أولى تلك العناصر ، بمعنى أن يكون بالدولة استقرار سياسى شامل ، أى بمعنى سيطرة الدولة على جميع مواردها الاقتصادية وتوجيهها نحو المشروعات التى تحقق مجالات التنمية ، كذلك التغير فى النمط الاجتماعى ، ومن خلال ذلك يتجه نحو التعليم والتدريب على وسائل التقدم فى المشروعات الاقتصادية وذلك التغير فى المفاهيم وسيطرة المجتمع على موارد المجتمع ، سيحقق نوع من زيادة الإنتاج ، بما يحقق فائض اقتصادى ،علاوة على تطوير وسائل الإنتاج من خلال نقل تكنولوجيا للإنتاج كمرحلة أولى ، تتبعها مرحلة أخرى متقدمة والتي تتمثل في صناعة التكنولوجيا نفسها ، تلك المرحلة الأخيرة التي تحول الفائض الاقتصادي إلى إنشاء المشروعات الاقتصادية الكبرى ، وهى مشروعات رأس المال الاجتماعى (البنية الأساسية) التى تستخدم فى عملية التراكم الرأسمالى .

وعلى ذلك يمكن أن نقول أن زيادة متوسط الفرد من الدخل القومى ، يجب أن تكون ناتجة عن التطور الذى حدث فى وسائل الإنتاج المختلفة ، وليس وليد زيادة دخل من التجارة فى سلع مستوردة ، أو السفر للخارج ، أو أى نوع من أنواع الزيادة الناتجة عن مكاسب عشوائية ، الناتجة عن اكتشاف مورد جديد أو ثروة طبيعية جديدة دون أن تكون مصاحبة بتغيير فى البنيان الاجتماعى والاقتصادى حتى لو كان ذلك مصاحب بزيادة فى متوسط دخل الفرد .

المبحث الثاني
مصادر تمويل التنمية الاقتصادية

ذكرنا أن التخلف يكون مصاحباً لضعف فى التراكم الرأسمالى ، لذا فإن تحقيق التراكم الرأسمالى ، يحتاج لعدة عناصر أساسية أولها وجود موارد لتحريك ذلك التراكم ، وتتمثل الموارد في الإدخار اللازم لتحقيق ذلك التراكم (الاستثمار) والإدخار قد يكون محلياً ، وقد يكون خارجياً ، ولابد فى المقام الأول ، الاعتماد على مصادر التمويل المحلية ، لأن الاعتماد على القروض الآجلة قد يطيح بعملية التنمية ، حيث أنها موارد غير مستقرة وغير مضمونة ، إلا أنه يمكن الاعتماد على تلك المصادر الخارجية فى حالة عدم كفاية المصادر المحلية .

وتتكون مصادر الادخار المحلى من مصادر الإدخار الفردى (العائلى) والأرباح المحتجزة من الشركات الخاصة والعامة (قطاع الأعمال) أو ما يطلق عليه فائض المشروعات الخاصة والعامة والمدخرات الحكومية المتمثلة فى فائض الميزانية العمومية أى زيادة الإيرادات عن المصروفات .

أما كيفية تعبئة تلك المدخرات قد تكون اختيارية مثل إيداعات البنوك . وقد تكون إجبارية مثل الضرائب والتضخم .

بمعنى إذا ارتفعت القوة الشرائية ولا تقابل ذلك زيادة فى الإنتاج يصبح تضخيما . ومن ناحية أخرى إذا حدث زيادة فى الإنتاج . ولا تقابله طلب ـ يصبح كساد .

وعلى ذلك تصبح مصادر التنمية الاقتصادية على النحو التالى :

١ـ الادخار العائلى family saving.

وهو يتمثل فى الفرق بين الدخل المتاح للإنفاق . وبين الإنفاق الاستهلاكى . ورغم أن العرف الاقتصادى جرى على أن انخفاض الادخار فى الدول النامية راجع إلى انخفاض متوسط دخل الفرد والذى يوجه بكامله إلى الأغراض الاستهلاكية . وبالتالى لا يبقى شئ للادخار .

وإن كان من حيث الأصل أن المسئول عن ضعف معدل الادخار فى الدول النامية . هو سوء توزيع الدخل القومى على أفراد المجتمع . فنجد أن الدول النامية . يوجد بها شرائح مختلفة من الدخل . الشريحة الكبرى هى الضعيفة الدخل . والشريحة العليا أيضا مرتفعة الدخل . أما المنطقة الوسطى فهى قليلة جدا .

بمعنى أنه لو تم إعادة توزيع الدخل بطريقة عادلة كما يحدث في المجتمعات المتقدمة حيث يتم تعديل معدلات الادخار في تلك الدول ، ومع ذلك إذا حصل ١٥ ٪ من السكان على ٤٥ ٪ من الدخل القومي يمكن الحصول على معدل ادخار ٢٠ ٪ في حالة إعادة توزيع الدخل [١] .

ويأتي سوء توزيع الدخل في القطاع العائلي والمتمثل في القطاع الزراعي والذى يتولد عن حصول كبار الملاك على الغالبية العظمى من الدخل المتولد من ذلك القطاع ، وكذا عدم العدالة في توزيع الملكية الزراعية بين أفراد الشعب في الدول النامية .

وإذا كان الادخار هو الامتناع عن الاستهلاك الحالى فإنه يجب التركيز على السلوك الاستهلاكي للأفراد ، وهنا تلعب سياسة ترشيد الاستهلاك دوراً هاماً ، وحيث أن النسبة الكبرى من الدخل القومى تذهب إلى كبار الملاك والتجار فإن هذه النسبة يصيبها الفقد والضياع نتيجة للسلوك الاستهلاكي الترفى لهذه الفئات ، وبذلك يجب القضاء أو التقليل من ذلك الاستهلاك الترفى عن طريق رفع سعر الضرائب على السلع المرتفعة مثل السيارات الفارهة ، والبارفانات

---

[1] patel : The distribution of india 1950 – p. 51

العالية الأسعار وملابس النساء الفاخرة . وفيلات المناطق السياحية المرتفعة الأسعار .

كذلك يجب التركيز على زيادة الوعى الادخارى وتنمية عادات الادخار لدى الأفراد وذلك عن طريق تنمية الوعى لدى الأطفال والتلاميذ من خلال أوعية ادخارية صغيرة كصناديق التوفير وعقود التامين وشهادات الاستثمار .

٢ ـ ادخار قطاع الأعمال :

على الرغم من أن دور قطاع الأعمال ، قد تضاءل فى الدول النامية ، إلا أنه لازال له أهمية ليست محدودة ، وخاصة فى مجال المدخرات ، وقطاع الأعمال ينقسم إلى قطاع الأعمال المنظم . وقطاع الأعمال غير المنظم .

وقطاع الأعمال غير المنظم . يشمل المحلات التجارية الصغيرة . والمشروعات الصغيرة . التى يصعب الحصول على أى نتائج خاصة بها . سواء بالنسبة للنفقات . أو الإيرادات . لذا يجب الاتجاه نحو الحصول على بيانات وأساليب علمية تتضمن كيفية الوصول إلى تلك المعايير من قبل الجهاز المركزى للمحاسبات .

أما قطاع الأعمال المنظم . فهو يشمل قطاع الأعمال العام . وقطاع الأعمال الخاص ، ويتوقف حجم المدخرات فى هذا القطاع على الفرق بين حجم النفقات وحجم الايرادات ، وكلما كان حجم النفقات أقل . كلما كان حجم المدخرات أكثر . لذا يجب أن نتجه نحو زيادة الإنتاج فى هذا القطاع ، وتشغيل الطاقات العاطلة أى زيادة الإنتاجية بكافة السبل ، والتقليل من عنصر الفاقد ، سواء الفاقد من الموارد الأولية ، أو مستلزمات الإنتاج .

ويتحدد حجم الفائض الإقتصادى فى قطاع الأعمال المنظمة وفقا لبعض الإختيارات والسياسات التى تقوم بها الحكومة ، من أجل تحقيق هذا الفائض.، فعلى سبيل المثال تتجه الحكومة إلى سياسة حماية الصناعات الوليدة ، وهذه الحماية تحقق زيادة فى أرباح قطاع الصناعة المنظم ، من خلال عدم السماح لأى منتج أجنبى مماثل لهذه الصناعات الدخول إلى البلد ، وعلى هذا الأساس تتغير معدلات التبادل التجارى لصالح الصناعات الأولى بالحماية ، كما يترتب على تغير معدلات التبادل انتقال الموارد من الصناعات الغير

متمتعة بالحماية إلى القطاعات المتمتعة بالحمايـة . ممـا يتـأتى عنـى ذلك زيادة أرباح ذلك القطاع المتمتع بالحماية [١] .

وهذا الفائض الذى يتحقق فى قطاع الأعمال المنظم ، ينقسم كما قلنا إلى قطـاع الأعمـال العـام .وقطـاع الأعمـال الخـاص . ولا شـك أن تحقيق فائض فى قطاع الأعمال العام لا يثير أى مشكلة فى استخدامه . فقد ترى السلطة المركزية . إضافتة إلى الميزانية العامة للدولـة . أو توجيهه إلى أى قنوات استثمارية قومية ، أمـا فـائض قطـاع الأعمـال الخاص ، فلا شك أنه لا يمكن التأكد من توجيهه إلى الاستثمار المنتج . إلا فى حالة إذا كان يخضع لقانون الاستثمار والمناطق الحـرة ، فـى هذه الحالة يجب على الهيئة العامـة للاسـتثمار ، اشـتراط الحصـول علـى الإذن ، الاتجـاه نحـو مجموعـة معينـة وأنـواع معينـة مـن الاستثمارات يستلزم القيام بها ، أما ما عدا ذلك وبالنسبة لمشـروعات القطاع الخاص الداخلى . والتى لا تخضع لقانون الاستثمار ، فهـى لا يمكـن الـتحكم فيهـا . وإن كنـا نـرى أنـه يجـب التعامـل مـع هـذه المشروعات وخاصـة المشـروعات الكـبيرة والتـى تحقـق أربـاح كـبيرة وطائلـة . مـن ضـرورة ضـمان تحقيـق الربحيـة القوميـة .أى مـدى

---

(١) د. عمرو محى الدين ـ التنمية والتخلف ـ مرجع سابق ص ٤٥٥ . ٤٥٦

مشاركة هذه المشروعات فى الاقتصاد القومى لكى يحصل على الترخيص .

٣ ـ الادخار الحكومي :

يتكون الادخار الحكومي من الفرق بين الايرادات الجارية (الضرائب بأنواعها) والنفقات الجارية ، ويتوقف معدل الادخار الحكومي على نسبة النفقات الجارية ، أى يتوقف على معدل الاستهلاك العام ، فقد يتضمن انماط استهلاكية كبيرة ، يجعل الايرادات الحكومية الجارية غير كافية لتغطية تلك الاستهلاكات ، مما يدعدو إلى الاستعانة بمعدل الفائض فى قطاع الأعمال ، لذا يجب الحد من الاستهلاك التفاخرى ، كذلك الحد من الإنفاق الحكومي المتزايد ، والمتمثل فى بعض الانفاقات المظهرية كاستخدام السيارات الفارهة للسادة الوزراء ، أو الإنفاق الزائد على المناسبات الحكومية الغير رسمية .

ويمكن عن طريق سياسة الحكومة توجيه الفائض الحكومي عن طريق التوفير فى مستلزمات الإنتاج الخاصة بقطاع الخدمات الحكومي ، كما أن هناك بعض الانفاقات الغير منتجة فى الاستهلاك

الحكـومي . والتـي يجـب الحـد منهـا . عـلاوة علـى الاسـتهلاك التفاخرى الحكومى الذى يجب أيضاص التقليل منه .

٤- الادخار والاصدار النقدى :

عندما نبحث عـن مصـادر تمويـل التنميـة الاقتصـادية . فإنـه يجـب وقبـل اتخـاذ أى قـرار سـيادى بخصـوص عمليـة التمويـل . التعرف على موقـف الـدخل القـومي ، وموقـف الادخـار الاختيـارى ونسـبته إلى الـدخل القـومي . حتـى نسـتطيع أن نقـف علـى النسـب المطلوبة والتى يمكن أن تصدر بها قانون الادخار الاجبارى [١] .

فإذا وجدت الحكومة أن الادخار الاختيارى لا يكفـى التمويـل لعملية التنمية . وذلك لانخفـاض الـدخل القـومي وانخفـاض متوسـط دخل الفرد منه . فلابد من الاتجاه إلى رفع نسبة الادخـار الاجبـارى التى تلجأ إليه الدول لتمويل عملية التنمية الاقتصادية [٢] .

ويجب أن تكون الضريبة لها سياسة خلاقة في عملية التنميـة . فليس الهدف هـو الاقتطـاع الاجبـارى فقـط . فعلـى الـرغم مـن أن

---

(١) د أنور اسماعيل الهوارى . القروض الخارجية والتنمية الاقتصادية مع دراسة تطبيقية على جمهوريـة مصر العربية - رسالة دكتوراه - كلية الحقوق جامعة القاهرة ص ٥٨

(٢) د أمين عبد الفتاح سلام السياسة الضريبية للدول المتخلفة رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة القاهرة ١٩٧٠ ص ١١٨ ١١٩

الضريبة تفرض لتغطية النفقات . إلا أن الضريبة التى تقتطع لعملية التنمية ، يجب أن تكون لها هدف محدد ، والذى يتجه نحو الحد من الاستهلاك وتكوين المدخرات اللازمة لعملية الاستثمارات وتشجيع المنتجات المحلية . وذلك بفرض رسوم جمركية على المنتجات الأجنبية التى لامثيل لها فى الداخل ، ومنح اعفاءات ضريبية على المشروعات القومية فقط والتى تحقق زيادة فى الدخل القومى[1] .

كما أننا نعلم أن الجهاز الانتاجى فى الدول النامية يتميز بعدم المرونة ، وعدم قدرته على تشغيل الطاقات العاطلة ، وعلى ذلك فلا يمكن تمويل الاستثمارات بواسطة التوسع فى الإصدار النقدى الجديد وحده ، لأن ذلك سيؤدى إلى خلق حالة من التضخم الموسع ، وهذا على خلاف الدول المتقدمة التى يتميز الجهاز الانتاجى بها بالمرونة وتوافر درجة عالية من المرونة [2] .

إن تمويل الاستثمارات بالتوسع فى الاصدار النقدى ، والذى يساعد على دفع الطلب الفعلى لتشغيل الجهاز الانتاجى وبرامج

---

(1) united nation : effect of taxation on foreign trade and investment , new york p. 6 , 7

(٢) د . أحمد علام ـ ضرائب الدخل ـ مرجع سابق ص ٢٠٨

التنمية في الدول النامية . لابد أن يصاحبها تضخم نقدى يتمثل فى زيادة السيولة النقدية بقدر يزيد عن الإنتاج القومي . والزيادة الأولية في الإنفاق الاستثمارى ستخلق دخولاً جديدة . والتى تؤدى إلى زيادة الطلب على السلع الاستهلاكية . ولما كانت هذه السلع معظمها سلع زراعية . وقليلة المرونة لا تستجيب للزيادة في الطلب . فإن الأسعار سترتفع ويظهر الضغط التضخمي ، لذا فإن الحد من هذا التضخم أمر مرغوب فيه لتحقيق الاستقرار النقدى [1] .

وجدير بالذكر ، أن تمويل الاستثمارات الخاصة بأقل ضغوط تضخمية ، في حالة عدم وجود معونات أجنبية ، يكون بالحد من الاستهلاك وزيادة الادخار الاختيارى ، فإذا لم يستجب الأفراد للادخار الاختيارى طواعية . فيكون الالتجاء للاقتطاع الضريبى ليقوم بدور الادخار الاجبارى . وبذلك نكون قد قد توصلنا إلى عنصر تمويل الاستثمارات بدون ضغط تضخمي بشرط أن يكون الإيراد موجود فعلياً . حيث أن هذا يقضى على موجة التضخم فى كل الأحوال [2] .

---

(١) د . سمير محمد عبد العزيز . التمويل العام . المدخل الادخارى والضريبى . المدخل الاسلامى . مكتبة الإشعاع . الاسكندرية ص ١٨٥ - ١٨٧

(٢) د . عمرو محى الدين . التخلف والتنمية . مرجع سابق ص ٤٦٤ - ٤٦٥

٥ ـ القروض الداخلية :

تعتبر القروض الداخلية ، من إحدى الوسائل المعتمدة فى تمويل حركة التنمية الاقتصادية ، ورغم ذلك فإنه يوجد معوقات كثيرة قد لاتشجع على الاقتراض الحكومى داخل الدولة ، وذلك بسبب انتشار عادة الاكتناز بين أفراد المجتمع النامى . فسكان هذه الدول النامية يميلون إلى الاحتفاظ بأموال مكتنزة ، إما بسبب الاحتياط لظروف قد تكون خارجة عن ارادتهم ، وإما بهدف ترك أموال للورثة ، أو بسبب حق الاحتفاظ ببعض القطع الذهبية الثمينة ، كما أن سكان هذه الدول يقل لديهم الميل للادخار ، وتزيد لديهم الميل للاستهلاك الترفى الذى يحاكى الاستهلاك الغربى ، وذلك بالنسبة للطبقات المرتفعة الدخل ، أما الطبقات المتوسطة الدخل فهى تميل إلى محاكاة الطبقات ذات الدخل المرتفع والزيادة فى الاستهلاك[١] ، فى حين نجد أن الطبقات الفقيرة لا تجد ما توفره فتنفق كل دخلها على الاستهلاك الضرورى ، لأن قلة الدخل يجعل تلك الطبقة تنفق كل ما لديها على السلع الاستهلاكية .

---

(١) د . كامل بكرى ـ الاقتصاد التجميعى ١٩٨٥ ص ٣٢١ .

ولا شك أن المعوقات التي تعوق القروض الداخلية . تكون بسبب خوف الجمهور من انخفاض قيمة النقود في الفترة ما بين الاكتتاب والسداد . مما يجعله يحجم عن الاكتتاب في السندات الحكومية . كما أن عدم وجود سوق منظمة للأوراق المالية في الدول النامية يقلل من حركة الاكتتاب العام . وبالتالى القروض العامة . من أجل ذلك تتجه الحكومات في الدول النامية إلى القروض الخارجية كوسيلة لتمويل حركة التنمية[1] .

تكلمنا عن مصادر التمويل الداخلية لحركة التنمية الاقتصادية ، نتكلم عن مصادر التمويل **finance** الخارجية لحركة التنمية الاقتصادية **economic development** والتى تشتمل على :

١ـ القروض الخارجية :

أمام عجز رؤوس الموال الوطنية عن تلبية متطلبات التنمية في الدول النامية تجنح حكومات تلك الدول إلى الاستعانة برؤوس الأموال الأجنبية وذلك في شكل قروض .

---

(١) د . عمرو محي الدين ـ التخلف والتنميه ـ مرجع سابق ص ٤٦٠ .

ولا شك أن القروض الأجنبية تمثل أهمية خاصة لتلك الدول المعنية ، لتساعدها على عملية التنمية التى بدأتها وخصوصاً فى أوائل مراحل التنمية . وهذه القروض قد تأتى من حكومة أجنبية ، أو منظمة دولية أنشئت خصيصاً لهذا الغرض (بنك وصندوق النقد الدولى) ولا شك أن القروض الخارجية تُحدث طفرة قوية فى الاقتصاد المتخلف **under developed** ، لأن تلك القروض قد جاءت خصيصاً من أجل زيادة الطاقة الإنتاجية ، وبالتالى زيادة الادخار القومى بتفاعلها مع الاستثمارات المخصصة محلياً ، مما يؤدى إلى زيادة الاستثمارات بصورة كبيرة يتأتى عنها زيادة فى معدل الادخار القومى[١] .

ولا شك أن النتائج الطيبة التى تحققت بفعل القروض الخارجية فى الدول النامية ، كانت بسبب تخصيص تلك القروض للمشروعات الاستثمارية المنتجة ،أما المشروعات الأخرى الكمالية والتى لاتحقق لتلك الدول سوى مزيداً من الديون والفوائد ، قد تسبب كارثة اقتصادية ، فى حين أن تلك القروض لو استخدمت فى

---

(1) united nation, Review of international trade and development - new york 1970 p. 27

مشروعات منتجة ستؤدى إلى تحسين ميزات المدفوعات بفعل مساهمة النقد الأجنبى فى تلك المشروعات [١] .

وعلى الرغم من أن تلك القروض تحقق معدلات عالية فى الاستثمار والادخار إذا ما تم تعبئتها من أجل المجالات الإنتاجية المربحة وبطريقة صحيحة . إلا أنها قد تسبب أضراراً فى الحالات الآتية [٢]:

١ـ إذا جاء موعد سداد القروض ولم تستطع الدولة الوفاء بالسداد أو قامت بالاقتطاع من الموازنة العامة للدولة ، كما يجب عمل حساب للفوائد على الديون ، وأن تلك الفوائد يجب أن تكون محددة سلفاً ، لأن أى تغيير فى السداد وفى نسب الفوائد يزيد على الدولة عبئاً فى الموازنة العامة .

٢ـ عدم الوفاء فى تسديد تلك القروض تزيد عبئاً مالياً على الدولة ،وتفقد ثقة المنظمات الدولية المالية فى تلك الدول بسبب التأخر المتكرر فى السداد .

---

(١) د . السيد عطيه عبد الواحد ـ السياسة المالية فى تحقيق التنمية ـ القاهرة ١٩٩٣ ص ٢٥٦ ، ٢٥٧

(2) united nation : review of trade and development New York 1973 p. 13

٣ـ عجز ميزان المدفوعات فى كل مرة يتم فيها خروج النقد الأجنبى إلى خارج البلاد وذلك بمناسبة السداد ، ولأن هذه الدول ليس لديها قدرة على نمو الصادرات وخاصة فى مجال السلع الرأسمالية ، فلا شك أن ذلك سيضعف من النقد الأجنبى لديها وبالتالى يحدث عجزاً فى ميزان المدفوعات ، كما أننا نرى أن علاج ذلك يكون بزيادة قيمة المنح والتمويلات المشابهة للمنح لانسياب القروض فى الدول النامية ، لأن هذه القروض الطويلة الأجل يكون عبء السداد فيها قليلاً ، حيث أن فوائدها أقل ، وفى بعض الأحيان قد لا يكون لها فوائد بالمرة ، كما أن تلك القروض طويلة الأجل فى بعض الأحيان قد تسدد بالعملة الوطنية ، أو بسلع منتجات المشروعات التى أنشئت بها القروض ، ومن هنا فإن توابعها الاقتصادية والمالية تكون أخف بكثير من القروض قصيرة الأجل[1] .

٤ـ ومن الأضرار الناجمة عن القروض ، الضغط النفسى على شعوب الدول المقترضة ، وذلك بسبب ما يحدثه من أثر نفسى بالتبعية لدول أجنبية ، علاوة على ما يثير نوعاً من استياء شعوب الدول المقرضة

---

(١) د. أحمد علام ـ ضرائب الدخل ـ مرجع سابق ص ٢١٤

من كراهية لتلك الشعوب المقترضة بسبب ارتفاع معدلات الضرائب على رعاياها . تلبية لسياسات اقتصادية دولية

كل ذلك جعل البعض يذهب إلى انه رغم أهمية القروض فى الدول النامية . إلا أنه يقع على عاتق هذه الدول توفير الموارد الوطنية اللازمة لعملية التنمية . وأن الدول التى بمقدورها تعبئة رأسمال وطنى[١]. وفى حالات الاتجاه نحو تكوين رأس المال . وزيادة حجم الصادرات للحصول على نقد أجنبى . يتعين الاستعانة بالقروض الأجنبية ، ولكن لابد أن تكون بخطة مدروسة . وأن تندمج قيمة القروض فى الاستثمارات المنتجة ، حتى يمكن لها سداد قيمة وفوائد هذه القروض . وتحقيق فائض تستطيع به شراء سلع رأسمالية جديدة . بعد أن تكون قد حققت نسبة من النقد الأجنبى[٢]

٢ ـ استيراد رأس المال import of capital :

لا شك أن رأس المال هو عنصر ضرورى لعملية التنمية الاقتصادية فهو الدينامو المحرك denamic لكل الاستثمارات اللازمة لتحقيق معدل نمو معقول reseanable rate لازم لعملية التنمية الاقتصادية .ولما كانت المتغيرات الأساسية

---

(١) د. محمد زكي شافعي ـ التنمية الاقتصادية ـ دار النهضة العربية ١٩٦٨ ص ٥٤

(٢) المرجع السابق ص ٥٥

التي تحقق التراكم الرأسمالى هى الادخار والاستثمار ، لذا كان لابد من البحث عن معدل الادخار saving فى تلك الدول من حيث توافره ، مع العمل على تعويضه بأشياء أخرى فى حالة نقصه ، ولا شك أن معدل الادخار يتوقف على مستوى الدخل الفردى income level individual ولما كان مستوى الدخل الفردى فى الدول النامية منخفضاً ، لذا فإن معدل الادخار بطبيعة الحال سيكون منخفضاً . فمعظم مدخرات هذه الدول تنصرف إلى عملية الإنتاج للسلع الاستهلاكية واللازمة للحاجات الأساسية للسكان ، وخاصة الدول التى يزداد فيها عدد السكان بصورة كبيرة [١] ، ولما كان الادخار ينقسم إلى ادخار اختياري وادخار اجبارى ، لذا فإنه فى حالة عدم كفاية الادخار الاختياري ، فإن الدول تتجه إلى الادخار الاجبارى كصورة من صور تمويل عملية التنمية[٢] .

ولا شك أن هناك دولاً قاست من عملية تمويل التنمية ، من خلال ارتفاع نسب الضرائب على الاستهلاك القومى. والزيادة المستمرة لأسعار السلع الاستهلاكية. ونجد أن زيادة الضرائب قد

---

(١) د. كامل بكرى ـ الاقتصاد التجميعي ـ مرجع سابق ص ٣٢٤ ـ ٣٣٤

(٢) د. مصطفى السعيد ـ مبادئ علم الاقتصاد ـ ١٩٨٥ ص ٣٧٤ ـ ٣٧٥

تحدث آثاراً عكسية مخيفة قد تصل إلى حد المجاعة فى بعض الدول. كما أن التمويل بالعجز إذا زاد عن حدود معينة . بإصدار نقود جديدة وكانت فى فترات ليست متباعدة . ولم يستغل عملية الإصدار الجيد مباشرة ، علاوة على عدم وجود خطة مدروسة لتحقيق معدل ربح من الاستثمارات التى ستنشأ من هذه الأموال ، فلا شك أن ذلك سيكون له آثاراً سيئة . وأمام ذلك كله فليس أمام تلك الدول سوى استيراد رأس المال الأجنبي فى حالة عدم كفاية مصادر التمويل الداخلية [1] .

فاستيراد رأس المال ضروري جداً، وخاصة لبرامج التنمية التى تحتاج لنقد أجنبي، فالمراحل الأولية للتنمية تحتاج لاستيراد عدد وآلات ومعدات ثقيلة وكل ذلك يحتاج لنقد أجنبي، وحتى ولو كانت الدول النامية تكفى حصتها من الضرائب لسداد قيمة واردتها ، إلا أنها تحتاج إلى النقد الأجنبي لسد الثغرة فى ميزان المدفوعات الناتجة عن استيراد الآلات والمعدات والحاجات اللازمة لعملية التنمية الأولية ، ولا تستطيع تلك الدول عن طريق التقليل من

---

(١) ها نس (أ ـ هـ) المشروع العام والتنمية الاقتصادية ـ ترجمة محمد أمين إبراهيم ـ الدار العربية للتأليف والترجمة ـ ١٩٦٥ ص ١٣٠ ـ ١٣٢

الواردات وزيادة الصادرات من سد فجوة النقد الأجنبي فى ميزان المدفوعات الناتجة عن زيادة الواردات للعدد والآلات . فتقييد واردات السلع فى حد ذاته تضخماً ، حيث أن هناك حداً أدنى للواردات لابد من استيرادها لأن عدم الاستيراد سيقلل من تدفق السلع . ويطلق الأرصدة للإنفاق في نواحي أخرى .

أما سياسة زيادة الصادرات، فلا يمكن التحكم فيها خاصة أنها مرتبطة بالسوق العالمية، وغالباً فإن الدول النامية لا يمكن لها التأثير فى السوق العالمية لفارق الجودة، ومن هنا كان لزاماً على تلك الدول أن تستورد رأس المال الأجنبي لاستكمال حركة التنمية، ولا شك أن رأس المال الأجنبي فى المراحل الأولى للتنمية يساعد على إعادة التوازن بين العرض والطلب الذى نجده ممثلاً فى معظم الدول التى بدأت عملية التنمية، حيث يزيد الطلب على السلع الاستهلاكية بصورة أكبر من عرض تلك السلع، والنتيجة حدوث تضخماً.

وعلى ذلك فإن استيراد رأس المال يمكن استخدامه فى استيراد السلع الاستهلاكية لسد الفجوة التى تحدث بين الطلب والعرض من تلك السلع، وبذلك تمتص القوة الشرائية الزائدة للتعادل مع الإنتاج المحلى.

وغني عن البيان أن رأس المال الأجنبي يجب ألا يكـون المصدر الوحيد لتمويل عملية التنمية الاقتصادية فـي الـدول الناميـة. ولكـن يجـب أن تعتمـد عمليـة التنميـة علـى مصـادر متولـدة مـن الاقتصـاد المحلي ذاته. وإن رأس المال المستورد مـا هـو إلا مصـدر مسـاعد فـي مرحلة التنميـة الأولى لإعطـاء الاقتصـاد دفعـة قويـة بواسطة الآلات والمعدات والمواد الخام والمواد الغذائية. وتلك الأشياء لايمكن الحصول عليها إلا بتوافر النقد الأجنبي [1] وإستيراد رأس المال يكـون إمـا فـي صورة استثمارات مباشرة أو فى شكل قروض أو منح . والدول النامية يمكـن لهـا أن تحصـل علـى أي مـن هـذين النـوعين . حسـب نوعيـة قطاعات التنمية التى بدأت فيها ، فهناك قطاعات تحتاج لرأس المـال في صورة استثمارات مباشرة والبعض الأخـر لايمكـن تنفيـذه إلا عـن طريق الحكومة وفى هذه الحالة لا تكون أمامها إلا المنح والقروض .

ويؤكد ذلك ما كان لصافى الموجودات الأجنبية مـن دور قيـادي في التوسع فـى السـيولة المحليـة لـبعض الـدول الناميـة خـلال عـام ١٩٩٩ . فنجد دولة مثل جيبـوتي وتـونس تحـول الأثـر الإنكماشـي الذى ينتج عن التحركات فـى صـافى الموجـودات الأجنبيـة فـى عـام

---

(١) د / عمرو محي الدين - التخلف والتنمية - مرجع سابق ص ٤٩٣

١٩٩٨ إلى أثر توسعي في السيولة المحلية في عام ١٩٩٧ ، مما أدى إلى تحول العجز الكلي في ميزان مدفوعات بعض الدول النامية مثل تونس وقطر إلى فائض في السيولة بنسبة ٨ ٪عام ١٩٩٩ [1] .

وإستيراد رأس المال الإجنبي المباشر، قد أعاقته كثير من الإجراءات المعقدة التي تتم في الدول النامية، وأن تلك الإجراءات قد أعاقت انسياب رؤوس الأموال الأجنبية، مثل هذه الإجراءات تتمثل في التأمين للمشروعات الأجنبية بمقابل ، والرقابة على النقد الأجنبي ومنع فرص تحويل الأرباح للوطن الأم .

ومجمل القول فإن عملية الرقابة على النقد الأجنبي، وعدم تحويل أرباح الشركات للوطن الأم ، ليست في حد ذاتها إجراءات فاشلة ، وإن كان يجب أن تتم في حدود منظمة ، مع جعل تلك الرقابة مرتبطة بتشجيع تلك المشروعات من حيث الربح ، وذلك بمنحها حوافز ضريبية من أجل زيادة الإنتاج ، ومن ناحية أخرى منح المشروعات التي تحقق أرباحاً وتعيد استثمارها في عملية الإنتاج حوافز ضريبية أخرى ، من أجل تحقيق إضافة لثروة المجتمع

---

(1) Paster- M ; private investment and democracy in developing world journal of economic issues, 1993 p. p 223 – 239 .

(تـراكم) [1]، عـلاوة علـى ضـرورة توجيـه تلـك الاسـتثمارات إلى المجالات المرغوبة في الدولة المضيفة ، وليس من خلال رغبة المستثمر الأجنبي .

٣ ـ زيادة الصادرات :

لاشك أن زيادة الصادرات من أهم مصادر تمويـل التنميـة ، وذلك عن طريق تـوفير النقـد الأجـنبي ، النـاتج عـن الصـادرات . لشراء سلع رأسمالية تستخدم في زيادة الطاقة الإنتاجية .

ويسـتلزم زيـادة الصـادرات تـوافر معـايير فنيـة منهـا تغـير عناصر الإنتاج، وذلك بتوافر عنصر معين مـن عناصـر الإنتـاج بـوفرة بالنسبة لسلعة التصدير، بحيث ينخفض تكلفة إنتـاج تلـك السـلعة، ويصبح أقل سعرا وأكثر قبولا فى الأسواق العالميـة ، وبـذلك يسـتطيع أن ينافس السلع فى الأسـواق العالميـة ، فتـزداد الصـادرات مـن ذلـك المنتج.

لذا فلكى تستطيع الدول الناميـة زيـادة صـادرتها، فلابـد مـن تحقيـق وفـرة فـى عنصـر معـين مـن عناصـر الإنتـاج بالنسبة لسـلع التصدير(العمل ـ أو رأس المال مثلا) مع حرص ثبات بـاقي العوامـل

---

(١) د./ أحمد علام ـ ضرائب الدخل ـ مرجع سابق ص ٢٢١ .

الأخرى .فينخفض أسعار سلع التصدير بالنسبة لأسعارها العالمية ، فيزيد الطلب عليها وتزيد الصادرات لتلك السلعة . وبذلك يتحقق لتلك الدولة ميزة نسبية في سلعة التصدير[١].

إن ما حققته سنغافورة في هذا المجال يعد معجزة بكل المقاييس فقد جعلت من توافر عنصر العمل ميزة نسبية. وحققت هذه الميزة في الصناعات الصغيرة طفرة قوية في صادراتها لم تستطيع أي دولة متقدمة تحقيقه، وعلى ذلك نرى أن تحقيق ميزة نسبية في إحدى عوامل الإنتاج في سلع التصدير لا يتقيد بتوافر عنصر رأس المال ، فهناك سلع لا تستلزم هذا العنصر بقدر احتياجها لعنصر العمل ، وإذا كانت هذه السلعة بديلة للواردات ، فإن توافر عنصر العمل لهذه السلع سيزيد من إنتاجها ، فيقل سعرها ويزيد الطلب عليها ويشمل السلع المستوردة المشابهة وبالتالي يتحقق مزيد من النقد الأجنبي بوفرة في هذه الحالة بدلا من استيراد هذه السلعة.

وعلى ذلك فإنه كلما زاد عرض وسائل الإنتاج بالنسبة لسلع التصدير كلما زادت كمية الصادرات عن طريق خفض أسعار تلك السلع في الأسواق العالمية.

---

(١) د. / كامل بكرى ـ مرجع سابق ص ١٠٨ ١٠٩

وفـى نفـس الوقـت إذا زاد عـرض وسـائل الإنتـاج علـى سـلعة بديلـة للواردات فإن سـعر تلـك السـلعة سينخفض فيقبـل عليهـا المسـتهلك المحلى، وتشمل السلعة المستوردة المماثلة، فيزداد نصيب الدولة مـن النقد الأجنبي مرتين ، مره عندما تـزداد الصـادرات بالحصـول علـى نقد أجنبي من بيع سلع التصدير . ومره أخرى مـن الاحتفـاظ بالنقـد الأجنبي عن طريق إنتاج سلع بديلة للواردات ، وفـى كلتـا الحـالتين هو تحقيق تقدم فى الصادرات .

ومن ناحية أخرى، فإن تحقيق تقدم فى المعرفة الفنية لإنتـاج سلع التصدير يحقق وفرة فى التكاليف النسبية لتلـك السـلع ويجعـل سعرها أرخص عن مثيلتها فى السوق العالمية ، كما أنـه يتحقق ميـزة نسبية لتلك السلع. فيزيد الطلـب عليهـا فـى السـوق العالميـة وتزيـد الصادرات فيها . فتحقق ميزة نسبية أخرى .

وإذا كانت تلك السلعة بديلة للواردات ، فإن تحقيق مزيدا فى المعرفة الفنية فى إنتاجها . سـيخفض التكلفـة النسـبية لإنتـاجهـا . فيـنخفض سـعرها بالمقارنـة بالأسـعار العالميـة ويزيـد الطلـب عليهـا محليا ويمتنع استيرادها . وتوفر للدولة عمله صعبة بالقدر الذى كان يتم استيراد تلك السـلعة بهـا . وفـى نفـس الوقـت يزيـد صـادراتها

فيزيد أيضا النقد الأجنبي المتدفق داخلياً من حصيلة الصادرات فتحقق ميزة نسبية لتلك السلعة [١] .

٤ ـ التمويل بالعجز (التضخيم) :

إن استخدام أسلوب التمويل بالعجز . كأحد عناصر تمويل حركة التنمية الاقتصادية ، يمثل أحد الوسائل الأساسية التى تلجأ إليها الحكومات لتحويل الموارد من استخداماتها الحالية . إلى تلك الاستخدامات التى تفضلها أو ترغب فيها . بمعنى أن التضخم أحد الوسائل لتمويل زيادة معدل الاستثمار ، أى لنقل الموارد من الاستهلاك إلى الاستثمار ، ويجب أن نعلم أن عملية التنمية الاقتصادية تكون دائماً مصاحبة لضغوط تضخمية حتى ولو لم يعتمد فى تمويلها على مصادر تضخمية .

فالتنمية وما يصاحبها من زيادة الاستثمار (حتى ولو لم يمول الاستثمار بطريقة تضخمية) تؤدى إلى ظهور اختناقات تعكس نفسها فى صورة ارتفاع مستوى الأسعار . فالاستثمار بطبيعتة يؤدى إلى خلق قوة شرائية تضغط على الموارد المتاحة من خلال الفترة التى ينضج فيها الاستثمار . ويعكس نفسه فى صورة زيادة الإنتاج .

---

(١) د / كامل بكرى ـ مرجع سابق ص ١١٦ ، ١٢٣ ، ١٢٤

كذلك يؤدى الاستثمار إلى خلق قوة شرائية تؤدى إلى تغير بنيان الطلب السائد ونتيجة لضآلة مرونة عرض الجهاز الإنتاجى وبصورة خاصة القطاع الزراعى ، يعجز هذا القطاع عن تلبية الزيادة فى الطلب مما يترتب عنه ارتفاع فى الأسعار [١] .

والصورة العامة للتضخم ، تتمثل فى الارتفاع المستمر فى مستوى الأسعار بما لا يتلائم مع الدفعة التضخمية الأولى التى أنشأته ، إلا أن التضخم ممكن ألا يتخذ هذا المظهر ، ذلك أن الحكومة إذا نجحت فى إحكام الرقابة على الأسعار وتنفيذ سياسة محكمة للتقنين فإن التضخم فى هذه الحالة لن يظهر فى صورة ارتفاع الأسعار (بل قد ينعكس على ميزان المدفوعات) بل تتخذ صورته شكل انتظام الأفراد فى طوابير أمام محلات البيع ، ويطلق على التضخم فى هذه الحالة التضخم المكبوت ولا يختلف التضخم المكبوت عن التضخم الجامح فى أنه فى كل منهما يكون الطلب الكلى النقدى (الإنفاق النقدى الكلى) أكبر من المعروض من السلع والخدمات ، كذلك فإنه أيا كانت الأسباب التى تؤدى إلى حدوث

---

(١) د. عمر محى الدين ـ التخلف والتنمية ـ مرجع سابق ص ٤٦٤ ـ ٤٦٥

التضخم فإن استمراره مرهون بوجود زيادة في عرض النقود أو في سرعة تداولها بقياس العرض الكلي للسلع والخدمات .

أما ما نقصده هنا فهو التمويل التضخمى في الدول النامية عن طريق استحداث عجز في الميزانية ، أي إحداث فجوة بين الإيرادات والمصروفات . ونتيجة لضعف سوق رأس المال في الدول النامية . فإن الحكومة تلجأ عادة للاقتراض لسد هذه الفجوة من البنك المركزى . وهكذا يتم سد هذه الفجوة عن طريق الإصدار الجديد (زيادة في عرض النقود) .

وعن طريق التمويل بالعجز ، فإن الحكومة يكون لديها الوسائل التى تمكنها من المنافسة في الحصول على الموارد النادرة[1] .

فالتمويل بالعجز يعنى زيادة القوة الشرائية للحكومة وهذا يعنى زيادة قدرتها في تحويل الموارد (الأرض ـ العمل ـ رأس المال) إلى الاستخدامات التى تريدها (الاستثمار) عن طريق دفع مكافآت أعلى لها . فإذا بقيت حجم الموارد على ما هو عليه ولكن زاد حجم النقود في النظام الاقتصادى فإن ارتفاع المستوى العام للأسعار يمثل ولا شك نتيجة حكيمة . ولأن التمويل بالعجز يؤدى إلى الارتفاع

---

(١) د . عمرو محي الدين ـ التخلف والتنمية ـ مرجع سابق ص ٤٦٦

التضخمي للأسعار فإنه يطلق عليه الإدخار الاجبارى . فالمشروعات والأفراد الذين لم تتزايد قوتهم الشرائية يفقدون جزء من سيطرتهم على السلع والخدمات لصالح هؤلاء الذين زادت قوتهم الشرائية ، فالقطاع العائلى مثلاً يجبر على الادخار لأنه لا يستطيع شراء نفس الحجم من السلع والخدمات التى كانت تشتريها قبل ارتفاع الأسعار[١] .

ويفضل معظم الاقتصاديين استخدام وسيلة التمويل بالعجز كمصدر أساسى لتمويل حركة التنمية فى الدول النامية ، فالتضخم لا يحتاج إلى جهاز إدارى كفء لتنفيذه كما هو الحال فى الضرائب فهو أكثر سهولة فى إدارته ، علاوة على أن التضخم يؤدى إلى الوصول إلى معدل الاستثمار المطلوب الذى يستحيل الوصول إليه بطرق التمويل الأخرى ، ويتجه هذا الرأى لتأكيد وجهة نظره ، بأن التضخم إذا استمر زمناً طويلاً فقد يؤدى إلى نتائج غير مرغوب فيها تفوق رفع معدل التراكم الرأسمالى التى يستهدفه من حيث الأصل [٢] .

---

(1) S. Enke " economic for development " Englewood cliff 1964 - p. 234

(٢) انظر : عمرو محى الدين - مرجع سابق ص ٤٦٦

إلا أن التضخم الناشئ عن التمويل بالعجز في نظر هذا الرأى ليس بالضرورة أن يستمر زمناً طويلاً وليس بالضرورة أن يؤدى إلى نتائج غير مرغوب فيها على الاقتصاد القومى .

وهنا يجب التفرقة بين استخدام التضخم لتمويل الاستثمار والتنمية . والتضخم المستخدم لتمويل أنواع أخرى من الإنفاق مثل الإنفاق الحربى ، فالتضخم الذى يستخدم لتمويل الإنفاق الحربى لن يترتب عليه زيادة فى الطاقة الإنتاجية فى المجتمع بل سوف يؤدى إلى تمويل الموارد من إنتاج الاستهلاك لأغراض الإنفاق الحربى ، مما يؤدى إلى ارتفاع لولبى جامح فى الأسعار لا يمكن التحكم فيه الاحيان علاوة على ما يحمل معه آثار هدامة على الاقتصاد القومى .

أما التضخم لأغراض التنمية فالأمر يختلف معه تماماً ، فسوف يترتب عليه ارتفاع مستوى التراكم الرأسمالى وزيادة الطاقة الإنتاجية للاقتصاد القومى ، فالتضخم لأغراض التنمية يتميز بكونه يحمل فى طياته عوامل القضاء على نفسه أتوماتيكياً ، فبانتهاء المشروعات التى استخدم فى تمويلها يزداد الإنتاج . مؤدياً بذلك إلى

الوصول إلى حالة التوازن التى اختلت فى البداية عن طريق تمويل الاستثمار عن طريق العجز[١] .

فاستخدام التمويل بالعجز لزيادة معدل التراكم الرأسمالى ، سوف يترتب عليه زيادة الطاقة الإنتاجية وبالتالى زيادة الإنتاج . وطالما أن الميل الحدى للادخار . والإيراد الحدى للضريبة ليس (صفر) فإن ذلك سوف يترتب عليه أن تمويل التنمية فى الفترات التالية سوف يكون متاحاً عن طريق زيادة الادخار أو زيادة الإيرادات الضريبية ، فإذا افترضنا أن الاستثمارات الحكومية لأغراض التنمية تظل عند نفس مستواها (الحقيقى) كل عام ، فإن نسبة التمويل بالعجز سوف يبدأ بالانخفاض سريعاً بحيث يكون فى خلال سنوات قليلة تصبح مصادر التمويل كلها غير تضخمية .

وطالما أن التمويل بالعجز سوف لا يستمر مدة طويلة ، فإنه ليس من الضرورى أن يؤدى إلى إضعاف حافز الادخار بل العكس من ذلك فإن التضخم عن طريق إعادته لتوزيع الدخل القومى لصالح طبقة المنظمين الصناعيين سوف يؤدى إلى زيادة الأرباح كنسبة من الدخل القومى وبالتالى زيادة الادخار .

(1) Alwis, " The theory of economic Growth op cit, p.p 250 – 251

الخلاصة أن التمويل بالعجز يؤدى إلى التضخم . إلا انه فى نهاية الأمر سوف تحصل على تراكم رأسمالى يتمثل فى السدود وشبكات الرى والصرف ومحطات كهرباء ومصانع والتى لم يكن من الممكن الحصول عليها لو لم نلجأ إلى التضخم كأسلوب لتمويل التنمية . حقيقة أن التضخم يفرض على الاقتصاد القومى ضغوطاً ، إلا أن هذه التضخمات لابد من تقديمها فى سبيل رفع معدل التراكم الرأسمالى[١]

تمويل التنمية عن طريق البطالة المقنعة :

البطالة المقنعة يقصد بها ـ هذا الجزء من قوة العمل التى تشغل بعض الوظائف ولكنها لا تستوعب طاقاتهم ، وذلك يكون راجعاً إلى أنهم يشغلون وظائف لا تستوعب إلا جزءاً من وقتهم ، ويتطلعون إلى وظائف تشغل وقتهم بالكامل ، أو يشغلون وظائف تستوعب وقتهم بالكامل ، ولكن هذه الوظائف لا تتطلب مستوى مؤهلاتهم العلمية أو مهارتهم وتدريبهم ، أو أنهم يشغلون وظائف تستوعب وقتهم ، ويتطلب مؤهلاتهم ، إلا أن إنتاجية هذه الفئة منخفضة ويترتب عليه انخفاض مستوى الإنتاج وارتفاع معدلات الإهلاك للأصول الرأسمالية . وضعف مستوى هيكل الأجور والمكافآت[٢] .

---

(١) د عمرو محى الدين ـ التخلف والتنمية مرجع سابق ص ٤٦٦ وما بعدها

(٢) د حمدى أحمد العنانى ـ مقدمه فى الاقتصاد الكلى الدار المصرية اللبنانيه ـ القاهرة ١٩٩٥ ص ٨٠ ـ ٨١

وهنا نتجه إلى أن البطالة المقنعة تتمثل فى وجود أعداد زائدة من القوة العاملة الزراعية عن حاجة مستوى الإنتاج الزراعى السائد مما يترتب عليه انخفاض إنتاجية هؤلاء العمال الحدية إلى (الصفر) . ونتيجة لانخفاض إنتاجية هؤلاء العمال الذين وصلت إنتاجيتهم إلى (الصفر) وانعدام فرص عمل بديلة ، فإن النفقة الاجتماعية لشغلهم من وجهة نظر المجتمع تساوى (صفر) ويترتب على ذلك أن سحب فائض قوة العمل من الزراعة وتشغيلهم فى مشروعات استثمارية خارج الزراعة ، سوف يترتب عليه رفع معدل الاستثمار وزيادة الناتج الكلى ، فتشغيلهم خارج القطاع الزراعى يمثل إضافة جديدة إلى الناتج القومى ، ولكن من أين يتم تمويل هذه الطاقة العاطلة التى يؤدى تشغيلها إلى زيادة الناتج الكلى؟[1] .

إذا علمنا أن البطالة المقنعة تحتوى على ادخار كامن ، والذى يتمثل فى استهلاك فائض قوة العمل فى الزراعة ، ولتوضيح ذلك نفترض أن لدينا فدان من الأرض يعمل عليه عائلة مكونة من خمسة أفراد وأن إنتاج هذا الفدان هو ٢٠ أردب فى العام ، يوزع عليهم بالتساوى بحيث أن استهلاك الفرد منهم هو ٤ أردب فى السنة .

---

(١) د. عمرو محى الدين ـ التخلف والتنمية مرجع سابق ص ٤٧٦

وإذا كان مستوى الإنتاج السائد لا يحتاج سوى لعمل ثلاثة أفراد فقط ، فإن معنى ذلك أن اثنين من أفراد الأسرة فى حالة بطالة مقنعة (يمثلون فائض قوة عمل) هؤلاء الأفراد الذين فى حالة بطالة مقنعة يستهلكون ثمانية أردب بالرغم من أن مساهمتهم فى الناتج الكلى (صفر) ، وإذا قمنا بسحب هذين الاثنين من العمل الزراعى فإن الناتج الزراعى لن يتغير بل سيبقى على مستواه (٢٠ أردب) وحقيقة الأمر أن ثمانية أردب كانوا يستهلكونهم الاثنين هم نوع من الإدخار الكامن ، فهى جزء من إنتاج الثلاثة أفراد الآخرين المنتجين ولم يستهلكوه بل ادخروه ، ولكنه ادخار ضائع عن طريق استهلاكه بواسطة الفئة غير المنتجة ، وعلى ذلك فإننا لو قمنا بسحب القوة العاملة الزائدة فى الزراعة وتوجيهها للعمل فى مشروعات استثمارية أخرى مثل بناء السدود أو تشغيل المصانع ، فإن ذلك سوف يؤدى إلى زيادة معدل الاستثمار والناتج القومى والعمالة المنتجة ، ولكن بشرط نقل استهلاك القوة العاملة الفائضة أثناء وجودها فى القطاع الزراعى (ثمانية أردب من القمح) خارج الزراعة واستخدامه لتمويل تشغيلها فى قطاع الاستثمار .

وجدير بالذكر أن هدا الاتجاه يمثل حجر الراوية فى تحقيق التراكم الرأسمالى خارج الزراعة . ومن ثم فإن استخدام البطالة المقنعة لبناء الاستثمار يتوقف نجاحه على شرطين [(١)]

١ ـ عدم ريادة استهلاك الأفراد الباقيين في القطاع الزراعى بعد استبعاد فائض القوة العاملة المنتقله إلى القطاع الاستثمارى . ذلك أن ريادة استهلاكهم سوف ينقص من حجم الفائض الرراعى المتاح لتمويل تكوين رأس المال . وبالتالى نكون قد أخفقنا فى الخطة

٢ ـ عدم زيادة مستوى استهلاك الأفراد الذين تم نقلهم من القطاع الزراعى عن مستوى الاستهلاك السابق على عملية الانتقال خارج الزراعة (أربعة أردب) . ذلك أن زيادة مستوى الاستهلاك بالنسبة لهؤلاء تترتب عليه ضرورة البحث عن موارد إضافية لتمويل تشغيلهم فى بناء رأس المال خارج الزراعة مما يعرقل بطبيعة هذا النموذج .

وفى حالة توافر هذين الشرطين . فإنه يمكن نقل فائض قوة العمل خارج الزراعة ونقل الإدخار الكامن منها لتمويل تكوين الاستثمارات خارج الرراعة . إلا انه يجب أن نشير فى هذا الصدد

---

(١) د. عمرو محيى الدين ـ مرجع سابق ص ٤٧٨

إلى أن عملية نقل الإدخار الكامن يواجه بعض الصعوبات التى قد تجعل من الصعب نقل ذلك الإدخار بأكمله ، وتلك الصعوبات تتعلق بانتقال فائض السلع الزراعية (الإدخار الكامن) ويتعلق الآخر بالنتائج المترتبة على الإنتقال المادى للعمال أنفسهم .

فالصعوبة الأولى تتعلق بعدم امكانية بقاء مستوى الاستهلاك للأفراد الباقين عند نفس المستوى السابق .

أولاً : يترتب على انتقال فائض القوة العاطلة ، زيادة استهلاك الأفراد الباقين في القطاع الزراعى ، الناتج عن زيادة دخولهم على أثر زيادة الفائض ، وارتفاع الميل الحدى للاستهلاك لدى تلك الفئة ، فإذا كانت زيادة الاستهلاك هذه ، ستستوعب الزيادة فى الدخل كله ، فإن الادخار الكامن لن يصبح متاحاً لتمويل الاستثمار خارج الزراعة ، والحقيقة فى هذا الموضوع أن يكون الزيادة فى الاستهلاك الناتج عن زيادة دخول هؤلاء يشترط أن يكون مستقلاً عن تلك الزيادة فى الدخل ، أى لا يتأثر به على الإطلاق بمعنى أن الميل الحدى للاستهلاك مساوياً (صفر) وهو فرض بعيد عن الواقع فى مثل هذه الظروف [١].

---

(١) المرجع السابق ص ٤٧٨

وعلى الرغم من صعوبة توعية العاملين وتوجيهاتهم . إلا انه يمكن أن يتم عن طريق الأساليب الآتية :

١ـ الإيداع الاجباري :

وهو يعنى إجبار القوة العاملة المتبقية على إيداع مخازن الحكومة جزء من الناتج يساوى استهلاك فائض القوة العاملة قبل الانتقال . وهذه الطرق قد تكون صعبة التحقيق نظراً لأسلوب الضغط النفسى على العمال . كذا تتطلب زيادة إنتاجية الوحدات الزراعية العاملة فى نفس المجال .

٢ـ الضرائب taxes :

وهى وسيلة أكثر قبولاً من الطريقة السابقة ، ولكن المهم فى اختيار نوع الضريبة المفروضة . وتوافر الجهاز الضريبى القائم على فرضها وتحصيلها ، ويمكن اللجوء إلى ضريبة الدخل الزراعى ، إن كان ذلك ممكناً ، أو اللجوء إلى ضريبة الرءوس . وحقيقة الأمر أن فرض الضرائب فى القطاع الزراعى يثير مشاكل عديدة نتيجة لطبيعة هذا القطاع الخاصة (صغر حجم الوحدات) .

٣ ـ السياسة السعرية price palicy :

وهى وسيلة لتنمية الفائض الكامن . وذلك عن طرق تغيير معدل التبادل التجارى بين السلع الزراعية والسلع الصناعية لصالــح

السلع الصناعية .

والحقيقة أن يفترض لنجاح تلك الطريقة ـ أن يتغير نمط الاستهلاك للأفراد الباقيين فى القطاع الزراعى نتيجة لزيادة دخولهم ـ إلا ان الزيادة فى الاستهلاك يكون موجهة نحو السلع الصناعية ـ أى يتغير نمط الاستهلاك من السلع الاستهلاكية إلى السلع الصناعية ، فى هذه الحالة يمكن عن طريق السياسة السعرية استعادة جزء كبير من الفائض الكامن فى الزراعة بدلاً من استهلاكه كله[1] .

إلا أن تلك الطريقة يعتريها صعوبات تتمثل فى صعوبة التحكم فى إجبار الأفراد الباقين على خفض استهلاكهم ، علاوة على ضرورة زيادة أجور الأفراد المنتقلين إلى قطاع خارج الزراعة زيادة تكون فعلية وتتواءم مع نفقات الأسرة . إلا أنه ورغم ذلك كله فإنه يمكن استخدام هذا النموذج باستخدام الآتى :

يقترح أستاذنا الدكتور / عمرو محى الدين ـ على أن توجه القوى العاملة الفائضة للعمل بالمشروعات الاستثمارية لبناء رأس المال فى المناطق الريفية ـ على أن تقع هذه المشروعات فى المحليات التى يوجد بها فائض القوى العاملة ـ أى انه لا يتم الانتقال المادى للعمال

---

(1) A. K. Sen : unemployment relative price and saving potential – 1957 , p. 57 , 58

خارج المناطق التى يعيشون فيها ، ومن ثم تنعدم نفقات الانتقال . إذا توافر هذا الشرط ستظل القوى العاملة الفائضة تعيش مع ذويها فى نفس المنزل وتستثمر فى استهلاك نفس القدر ، وفى مثل هذه الحالة ليس هناك من داع للبحث عن وسائل تعبئة الإدخار . ذلك أن القوة العاملة الفائضة ستظل تستهلك نفس القدر بالرغم من ذهابها للعمل فى مشروعات استثمارية ، مع العلم أنه يوجد بعض المشروعات الصناعية التى تخدم المجال الزراعى مثل مشروعات الرى والصرف والسدود ، كذلك يمكن إقامة بعض الصناعات الريفية الصغيرة التى تخدم الزراعة مثل صناعة الآلات الزراعية ، وتستطيع هذه الصناعات استيعاب أعداد كبيرة من القوه العاملة الفائضة[1] .

---

(1) لمزيد من التفاصيل - انظر د. عمرو محى الدين - التخلف والتنمية - مرجع سابق ص ٤٨٥ وما بعدها .

الفصل الثاني
صناعة السياحة والتنمية الاقتصادية

تتضمن صناعة السياحة الاستثمار السياحي بكافة عناصره ، كالمحددات وتطوير النشاط السياحي ودواعي الأخذ بالتنمية السياحية والأهمية الاقتصادية للاستثمار السياحي ، كل في مبحث مستقل .

المبحث الأول
الاستثمار السياحى كأحد محددات الهيكل الاقتصادى

لما كان الهيكل الاقتصادى للدولة يتكون من عدة قطاعات وأن المتغيرات الاقتصادية تؤثر فى هذا البنيان ، وتتأثر أيضا تلك المتغيرات بغيرها .

ولما كانت التنمية الاقتصادية ، تتطلب تغيراً فى الهياكل الاقتصادية للدولة ، وخاصة تلك الهياكل المتردية التى لا تحقق ناتجا قوميا ، لذا فلابد من الاتجاه نحو استخدام علم التقنية والتكنولوجيا فى تغيير وجه تلك الهياكل .

ويعتبر الاستثمار السياحى أحد هذه الهياكل، والتى تسعى جاهدة منظمة الدول النامية فى تحقيق تغييراً شاملا فى جوانب ذلك

الاستثمار. حيث تعد السياحة أهم عناصر الهيكل الاقتصادي. حيث تلعب دورا هاماً فى دورة الإنتاج والتوزيع . وكذلك تساهم بدور بارز فيما أطلق عليه البعض بدورة السلع ودورة النقود . فالسياحة كعنصر من عناصر الهيكل الاقتصادي ترتكز على عناصر الإنتاج كاملة وهى كالآتي :

(١) **الطبيعة**:

ويتمثل ذلك العنصر فى الموقع الإستراتيجي ، والمناخ المعتدل . وأماكن الجذب السياحى . ويتوفر هذا العنصر فى مصر حيث حباها الله بجو معتدل على مدار العام ، ومناطق طبيعية جميلة ، من مزارع وحدائق وجبال وشواطئ ممتدة شمالاً وشرقاً تتواجد بها المصايف المتعددة فى الصيف والمشاتى الدافئة فى الشتاء . علاوة على الآثار المتعددة والمنتشرة فى جميع أنحاء الدولة . وتشمل الآثار الفرعونية والقبطية والإسلامية . ويتطلع السائحون لمعرفة مدى التقدم الذى وصل إليه الأجداد ، هذا بالإضافة إلى موقع مصر الإستراتيجي الي يقع بين ثلاث قارات مما ييسر وصول السياح اليها .

(٢) رأس المال:

لابد من توافر رأس المال لإقامة المشروعات السياحية فى المناطق المختلفة ، وعمل الدعاية اللازمة **promotion** للمشروعات السياحية وتجميل وتنظيف مناطق الآثار وإقامة الفنادق وبناء المقاهي والملاهي ووسائل النقل لتيسر عليهم الانتقال خلال فترة إقامة السياح ، وحيث أن الاستثمار فى قطاع السياحة يحتاج لرؤوس أموال كبيرة وذلك بسبب ارتفاع تكلفة البنية الفوقية وتجهيزاتها علاوة على أن العائد من الاستثمار السياحى لا يكون سريعا لذا فإن الإقبال على اتخاذ قرار الاستثمار يكون ضعيفا، وخاصة للمستثمر الذى يرغب فى الحصول على عائد فى المدى القريب ، ويتضمن الهيكل الإقتصادى مجموعة استثمارات مختلفة، منها ما هي استثمارات منجزة سريعة، ومنها ما هي استثمارات فى رأس المال الثابت الذى يحتاج لوقت طويل للحصول على العائد منها.

والقطاع السياحى أيضا به بعض الاستثمارات:

١ـ استثمارات فى البنية الفوقية ، وتشمل الأراضى والمباني والبواخر السياحية ، والفنادق بأنواعها وتلك الاستثمارات تعتبر استثمارات فى الأصول الثابتة ، لا يسترد عائدها إلا بعد وقت طويل .

٢ـ استثمار في القطاعات المكملة وهي تلك القطاعات التي تقدم للسائحين خدمات أثناء تواجدهم. مثل قطاع الزراعة المسئول عن تشجير القرى السياحية . وإضفاء بقعة خضراء على الأماكن السياحية .وقطاع الصناعة المسئول عن توافر الصناعات الغذائية والصناعات الورقية التي تحتاج إليها الفنادق والمشروعات السياحية [١].

(٣) العمالة

تعتبر القوى العاملة في النشاط السياحي ، حجر الزاوية في ذلك النشاط الحيوي ، ولذلك يستلزم النشاط السياحي توافر عمالة ماهرة في تطبيق مستوي عال من التكنولوجيا ، ولذلك يجب تدريب تلك العمالة سواء بواسطة القطاع الحكومي أو من خلال شركات متعددة الجنسيات تطبيقاً عما ورد في دورة أرجواى .

ولما كان القطاع السياحي من أهم خصائصه عنصر الموسمية ولما يتعرض له العمالة للبطالة في موسم الشتاء . لذا فيجب العناية في الخدمات السياحية والرقي لمستوى العالمية من أجل تعويض ميزة

(١) د. / جليلة حسن ـ مرجع سابق ص ١١٦

الصيف كما يجب أن يكون هناك سياحة شتوية وعمل مشاتي من أجل تشغيل العمالة طوال العام .

(٤) التنظيـــم :

يقوم التنظيم باستخدام العناصر الثلاثة السابقة، وبما يحقق قطاع السياحة في الواقع، حيث يقوم السائح بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة دخل الدولة عن طريق انتفاع السائح بالخدمات التى تؤدى إليه، والسلع التى يستهلكها ويعتبر هذا صادرات غير متطورة.

هذا ويرتبط نجاح قطاع السياحة بالمناخ السائد فى الدولة المضيفة، فيؤثر ذلك على إقبال السائحين على الدولة متأثرين بطبيعة القواعد والقوانين التى تتصل بتنظيم دخولهم وخروجهم منها ، وكذلك بمدى الاستقرار السياسي والاقتصادي فى الدولة،مما يساعد السائحون فى الدولة المضيفة بالإنفاق خلال إقامتهم على مختلف الخدمات والسلع السياحية وغير السياحية، فكلما زاد هذا الاستهلاك كلما ارتفع معدل إنتاج السلع والخدمات .

هذا وتتمثل ايرادات النشاط السياحى فى :

١ـ رسوم التأشيرات لدخول السائحين . وأجور نقل السائحين بوسائل النقل المختلفة. ورسوم هبوط الطائرات. ورسوم الخدمات الخاصة بالطائرات والسفن

٢ـ الإنفاق السياحى خلال فترة الإقامة (مأكل. إقامة. هدايا ـ الخ. .).

وعلى ذلك فإن قطاع السياحة يؤثر فى كل قطاعات الدولة الاقتصادية فهو يؤثر فى مستوى العمالة والأجور بقطاع السياحة والفنادق . كما انه يؤثر على الإنتاج المحلى ، وعلى المستوى العام للأسعار ، حيث أن الطلب على السلع الغذائية من السياح يؤدى إلى ارتفاع أسعارها فيتجه المنتجين إلى زيادة إنتاجهم لتعويض الزيادة فى الطلب . وتشجيع مستثمرين آخرين للدخول فى الإنتاج لتعويض هذه الفجوة فى الطلب بزيادة الطاقة الإنتاجية .

المبحث الثاني
تطوير النشاط السياحي كأحد عناصر التنمية الاقتصادية

ليس هناك شك أن النشاط السياحى أحد المرافق العامة للدولة والذى يتطلب وضع أسس وقواعد عامة لتطوير منشآته لتعطى الخدمة على أعلى مستوى يليق بالمستوى الثقافى والحضارى للدولة .

لذا يجب وضع خطة طموحة من أجل :

١ـ الاهتمام بتطوير مشروعات البنية الأساسية ، من تسوية الأرض (غير المستوية) وتوصيل جميع لوازمها من كهرباء ومياه ، وخاصة على شواطئ البحر الأحمر ، والساحل الشمالى الغربى ، ومنطقة جنوب سيناء وتأمين طرق المواصلات إليها .

وحتى فى الحالات التى لا يكون لدى الدولة المتطلبات الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية ، يجب الاتجاه نحو الالتجاء إلى الاستثمار الأجنبى المباشر بالاستعانة بالشركات المتعددة الجنسيات للحصول على الاستثمارات التى تحقق تطور وتنمية قطاع السياحة، من خلال شروط تحمى سيادة الدولة ، مثل حصول الدولة على ٥١ ٪ من ملكية تلك المشروعات .

٢ـ تشجيع الدولة للقطاع الخاص من خلال إعطاء المشروعات الخاصة السياحية لعنصر الأرض تشجيعاً لها ، على أن يسدد ثمنها على

أقساط آجلة . بشرط إنهاء المشروع خلال مدة لاتزيد عن ثلاثة سنوات . فإذا لم يتم تنفيذ المشروع تسحب الأرض . أما إذا تم تنفيذ المشروع . فتتجه الدولة نحو تشجيع المشروع باعفائه من الضرائب لمدة خمس سنوات . وفرض الرقابة الولائية الغير ضارة على تلك المشروعات . بحيث تكون رقابة موجهة . وليس رقابة عدائية .

ولا شك أن تطور بعض المناطق السياحية التى تحتاج إلى توجيه لا تنحصر ولكن يمكن وضع أعيننا على بعض المناطق الهامة مثل الساحل الشمالى ، وجنوب سيناء . بإنشاء الفنادق ، والقرى السياحية ، ومشروعات التنمية الأساسية التى تعطى للمنطقة حياة وحيوية .

٣- عدم بيع السلع الخاصة والتى لايكون الطلب عليها متزايد إلا فى موسم السياحة ، من خلال وسائل ومناطق الجذب السياحى ، على أن يكون البيع بالعملة الصعبة (أى منطقة سياحية بالنقد الأجنبى) أو اشتراط تحويل العملة فى البلد المضيف . بشرط عدم تحويلها إلا من خلال قنوات مصرفية معتمدة . للحصول على جزء كبير من العملات الأجنبية .

المبحث الثالث
دواعي الأخذ بالتنمية السياحية
كأحد محددات التنمية الاقتصادية

دواعي الأخذ بالتنمية السياحية :[١]

تحاول الدول النامية أن تتخذ من التنمية الاقتصادية وسيلة لزيادة الدخل القومى ، ورفع مستوى الدخل الحقيقى للفرد ، من خلال تنفيذ مشروعات التنمية .

ومن المعروف أن الدول النامية تعانى من انخفاض مستوى الدخل الفردى ، والنقص فى تصدير المواد الأولية للخارج ، وتشوه الهياكل الإنتاجية ، وتواضع مستوى الهيكل الإنتاجى الزراعى .

وفى سبيل تحقيق تنمية اقتصادية ، وتغيير الهياكل الإنتاجية الصناعية والزراعية ، لابد فى هذه الحالة أن نبحث عن الخلل ، ونجد أن الخلل ينحصر فى فجوتين :

- **الفجوة الأولى :**

يوجد فجوة ادخارية ، تتمثل فى الفرق بين الادخار والاستثمار .

---

(١) د . نبيل شحاته الروبى ـ التنمية السياحية ـ مرجع سابق ص ٢٣٤

- **الفجوة الثانية :**

يوجد فجوة فى النقد الأجنبى . وتتمثل فى الفرق بين كل من حجم النقد الأجنبى . وحجم الاستيراد المطلوب .

وعندما نتجه إلى سد الفجوة الأولى . يجب أن تعمل الدول النامية على تنمية الأوعية الادخارية (حكومى ـ قطاع الأعمال والقطاع العائلى) بطرق متعددة .

أما الفجوة الثانية تحاول زيادة حصتها الادخارية من خلال التوسع فى الصادرات ، والعمل بكل امكانياتها نحو الحصول على النقد الأجنبى للحصول على السلع الإنتاجية اللازمة للمشروعات الاقتصادية اللازمة لحركة التنمية .

وتتمثل صادرات الدول النامية فى المواد الأولية . والتى تستحوذ على ٩٠ ٪ من قيمة صادراتها . يتجه كلها إلى أسواق الدول المتقدمة

وتواجه الدول النامية وبسبب اعتمادها على نوع واحد من التصدير المتمثل فى المواد الخام .كثيراً من المشاكل الاقتصادية منها :

١ـ أن الدول المتقدمة يتوقف فيها الطلب على المواد الأولية للسياسات الاقتصادية التى تتبعها فى مجال الاستيراد . علاوة على أن وجود بدائل للمواد الخام الطبيعية (بدائل صناعية) تجعل الطلب على

المواد الخام غير مستقر ، مما يعرض الدول النامية لكثير من مشاكل اقتصادية تتمثل فى عدم قدرتها على تصريف تلك المواد الأولية .

٢ـ انخفاض حجم الصادرات من المواد الأولية نظراً لأن معدل الطلب على المواد لا تتعادل مع معدل نمو الدخل العالمى . وعليه فإنه كلما زاد وارتفع الدخل العالمى ، كلما انخفض المعدل المخصص فيه للإنفاق على المواد الغذائية .

ولما كانت المواد الأولية للدول النامية ، كلها مواد أولية زراعية وغذائية ، لذا يقل الطلب عليها كلما ارتفع معدل نمو الدخل القومى العالمى .

ومن جهة أخرى فإن معدل التبادل الدولى أصبح ليس فى صالح الدول النامية ولا فى اعتمادها على تصدير المواد الأولية نظراً لارتفاع أسعار السلع الصناعية المتقدمة بينما تنخفض أسعار المواد الأولية .

لذا فإن الدول النامية يجب أن تتجه نحو تنوع صادراتها ولا ينحصر اعتمادها على تصدير المواد الأولية من أجل الحصول على النقد الأجنبى .

لذا اتجهت كثيراً من الدول النامية ، نحو صناعة السياحة واتخذتها أداة لتحويل المجتمعات النامية من اقتصاديات زراعية إلى مجتمعات ذات اقتصاد مختلط ، يدعم التصنيع ويحقق التحول الاقتصادى المطلوب .

وللقطاع السياحى تأثيرات على التنمية الاقتصادية من خلال التأثير على ميزان المدفوعات ، وتوليد العمالة ، وتحسين المرافق الأساسية ، وتأثير المضاعف من خلال الإنفاق السياحى ، بالإضافة إلى التأثيرات الهيكلية ، وتأثيره على القيمة المضافة .

لذا نجد من الضرورى شرح ميزة القطاع السياحى فى تحقيق التنمية الاقتصادية للدول النامية من خلال مقارنته بمعدل تصدير المواد الأولية ويكون ذلك على النحو التالى :

١ـ نجد بالنسبة للمواد الأولية أن أسعار التصدير تتحدد وفقاً لأهواء الدول المتقدمة ، لأن تلك الأسعار تتحدد على أساس معدل الطلب من الدول المتقدمة ، ولما كان ذلك الطلب متذبذب وفقاً للاعتبارات التى ذكرناها آنفاً ، لذا كان تحديد أسعارها يصبح غير مستقر ، وتصبح الدولة المصدرة للمواد الأولية ليس لها أى رقابة على تحديد الأسعار

أما المنتج السياحى ، فيختلف الأمر حيث أن أسعاره يتم التحكم فيه من خلال تقريرها داخل الدول المضيفة وبذلك يكون لديها قدرة أكبر على الرقابة على أسعارها على خلاف المواد الأولية ، علاوة على أن المنتجات السياحية تتميز بخاصية ارتفاع مرونة الطلب الدخلية ، بعكس المواد الأولية الذى يتوقف الطلب عليها بعدم مرونة الطلب الدخلية .

٣- أسعار المنتجات السياحية تكون بعيدة عن التعليمات الاقتصادية ، مادامت تحت إشراف وسيطرة الدول المصدرة (المضيفة) ، بعكس المواد الأولية التى يكون السيطرة فى الأسعار بين يدى الدول الصناعية الكبرى .

وأما الاتجاه الثانى الذى يجب الأخذ به لتحقيق التنمية من خلال القطاع السياحى ، هو تنويع الصادرات ، وذلك من خلال القطاع السياحى الذى يقدم منتجاً تصديرياً يحقق تنوعاً فى القاعدة التصديرية من خلال القدرة على تنوع منتجاته ووسائل الجذب attraction الإعلامى .

ولما كانت الدول النامية يوجد بها فجوة فى النقد الأجنبى ، ولا يستطيع سد تلك الفجوة عن طريق تصدير المواد الأولية فإنها

تتجه في الاعتماد على المنتج السياحى (صادرات غير منظورة) فى الحصول على النقد الجنبى حيث تتميز الصادرات السياحية نحو معدل النقد الأجنبى وتمويل المشروعات الصناعية من ذلك النقد . نظراً لضرورة هذا القطاع على تجميع معدل كبير من هذا النقد علاوة على أن القطاع السياحى لا يحتاج إلى استيراد منتجات سياحية كثيرة ، مما يؤدى إلى تحقيق فائض اقتصادى يتمثل فى (نقد أجنبى) لدى هذا القطاع الهام والذى يمكن استخدامه فى تمويل حركة التنمية الاقتصادية فى العالم النامى .

لذا فإن الدول النامية ، يجب أن تعتمد فى صادراتها وتنوع تلك الصادرات على المنتج السياحى ، وذلك من خلال الحصول على النقد الأجنبى من هذا القطاع الحيوى ، وهذا يستلزم ضرورة العناية الكاملة بالنشاط السياحى وتحديد جزء من الإنفاق الحكومى على المرافق السياحية من أجل تدعيمها ، وخلق بيئة سياحية جذابة لاعتباره من الموارد الأساسية للعملات الصعبة فى الدول النامية . وبالتالى المصدر الأساسى لتمويل حركة التنمية الاقتصادية فى الدول النامية .

الفصل الثالث
الأهمية الاقتصادية للاستثمار السياحى

من خلال دراسة الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة، فإننا نجد أنفسنا ولزاماً علينا أن ندرس الخصائص الاقتصادية لتلك الصناعة . كما نجد أنفسنا أيضاً وفى نفس المضمار شرح أثر السياحة على بعض المتغيرات الاقتصادية مثل ميزان المدفوعات ، والدخل القومى ، وإعادة توزيع الدخل ، العمالة ، والمستوى العام للأسعار ، والقيمة المضافة .

كما يجب من ناحية أخرى الإتجاه نحو دراسة عناصر التنمية الاقتصادية للسياحة .

وعلى ذلك يمكن أن نقوم بشرح تلك المفاهيم الاقتصادية على النحو التالى :

المبحث الأول
الخصائص الاقتصادية لصناعة السياحة

يجب أن نعلم أن الاستثمار السياحى ، وصناعة لسياحة ، من أهم القيم الاقتصادية فى العصر الحالى ، نظراً لزيادة الطلب السياحى الدولى ، وتأثير السياحة على معظم المتغيرات الاقتصادية فى أى دولة سواء كانت متقدمة **advanced** أو نامية **under developing** ، وذلك لعدة أسباب نجمل منها الآتى :

١ـ السياحة فى المقام الأول هى صادرات غير منظورة ، أى أنها واحدة من الصناعات النادرة التى يقوم المستهلك بالانتقال بنفسه للحصول عليها فى مكان انتاجها ، فهى لا تنتقل إليه ، كما هو فى معظم السلع الأخرى ، وعلى ذلك فإن الدولة المضيفة لا تتحمل أى أعباء لنقل تلك السلعة إلى المستهلك (السائح) وبذلك تحتفظ بالعملة الصعبة التى كان يمكن لها من إنفاقها فى حالة تصدير أى سلعة أخرى . علاوة أن هذا المنتج السياحى ، ورغم أنه صادرات فمن المعروف أن أى صادرات تخضع لرسوم جمركية ، وفى هذا المنتج ، فإن الدولة المصدرة لا تتحمل أى أعباء جمركية . وكل هذه النفقات يتحملها السائح. حيث يأتى للحصول على المنافع الروحية والنفسية

التي يرغبها وبالتالي ينفق في سبيل الحصول عليها . علاوة على أن السائح وأثناء فترة إقامته يقوم بالإنفاق وبكثرة على كل السلع والخدمات ، من إقامة في فنادق خمس نجوم وشراء الهدايا والسلع النادرة من الدولة المضيفة كخان الخليلي مثلاً في مصر . علاوة على سلع استخداماته الشخصية من مأكل ومشروبات ، كل ذلك الإنفاق في حالة إذا كانت الدولة لا تستورد كمية من السلع من الخارج بجزء من هذا الإنفاق ، فإن نسبة هذا الإنفاق يستخدم في زيادة الدخل القومي ، فالإنفاق السياحي هو جزء من الإنفاق الكلي الذى يمثل الجزء الأكبر من الدخل القومي ، حيث أن الدخل القومي يعادل الإنفاق على الاستهلاك + الإنفاق على الاستثمار + الإنفاق الحكومي + صافي الصادرات (صادرات ـ واردات) وعليه فإن الإنفاق السياحي يعتبر أحد العناصر الهامة لزيادة الدخل القومي .

٢ـ أن السياحة منتج تصديري ، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار ، لتعلقه ببعض التأثيرات الخارجية ، وكذا تأثره بمرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل وعنصر الموسمية وذلك على النحو التالي : [١] .

---

(١) د نبيل شحاته الروبي ـ التنمية السياحية ـ مرجع سابق ص ١٣٢

أ ـ تعرض الطلب السياحي للمؤثرات الخارجية :

كثيراً ما يتعرض الطلب السياحى لبعض المؤثرات الخارجية فتضعف من قوته كالتيارات السياسية والاضطرابات السياسية . كذا تغيرات أسعار صرف العملات الأجنبية وخاصة العملات ذات التأثير القوى كالدولار واليورو .

وبالإضافة إلى قرارات الدولة المضيفة بخصوص الرقابة على النقد وتحديد النسب التى يصرح للسائح الخروج بها من البلد المضيف .

ب ـ مرونة السياحة بالنسبة للسعر والدخل :

يتأثر الطلب السياحى بالتغير فى أسعار الخدمات والسلع التى يستخدمها السائح ، كذا تتأثر السياحة بالتغيرات التى تحدث في دخول السائحين ، وإن كان الدخل لا يمكن معرفة آثاره بسرعة ، حيث يتصف بالتدرج وغالباً لا يمكن معرفته إلا بعد سنة ، أما المرونة السعرية فهى سريعة التأثير .

جـ ـ موسمية النشاط :

يتصف النشاط السياحى بصفة الموسمية أى انه موسمي النشاط . وموسمية النشاط ترجع إلى عدة عوامل أهمها تركز الأجازات المدرسية والأجازات فى المنشآت الصناعية وغيرها فى موسم معين . كذا العوامل المناخية الجغرافية فى كل من الدول

المصدرة والراغبة للسائحين تدعو إلى هذه الظاهرة . ومن الواضح أن سياحة الأجازات التى تمثل قدراً كبيراً من النشاط السياحى هى التى تدعم هذه الظاهرة . وتقضى الموسمية فى النشاط إلى عدة أمور :

- **الأمر الأول :**

تؤدى عدم قابلية المنتج السياحى للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر ، إلى ضرورة أن تكون الأرباح الكلية خلال فترة الموسم كافية لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة .

- **الأمر الثانى :**

ضياع الموارد نتيجة لتعطل الطاقة الإنتاجية فى الفترات غير الموسمية مما يؤدى إلى وجود بطالة موسمية .

- **الأمر الثالث :**

أن التوسع فى الدخل خلال فترة الدورة الموسمية يؤدى إلى زيادة التركيز الموسمى .

٣ ـ المنتج السياحى ، منتج مركب فهو مزيج من مجموعة عناصر متعددة تسهم فى تقديم المنتج السياحى ، وهى عناصر تتكامل مع

بعضها البعض ، كما تؤدى إلى تحقيق النشاط فى القطاعات الأخرى فى المجتمع[١] .

فالسائح يستهلك مجموعة من السلع والخدمات ، قد تكون تلك السلع خاصة بمنشآت سياحية وقد تكون خاصة بمنشآت أخرى خاصة بالقطاع التجارى ، فإذا انخفض مستوى هذه السلع انخفض الطلب السياحى ، وإذا ارتفعت مستوى الخدمة أو السلعة زاد الطلب السياحى ، فصناعة السياحة ، صناعة متكاملة بعناصرها الأساسية ، تؤثر فيها ويتأثر بها .

---

(١) د. نبيل شحاته الروبي ـ اقتصاديات السياحة ـ مؤسسة الثقافة الجامعية ـ الإسكندرية ١٩٧٥ ص ١٣

المبحث الثاني
أثر المتغيرات الاقتصادية على صناعة السياحة

١ ـ الأثر الاقتصادي على ميزان المدفوعات

تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة بأثرها على ميزان المدفوعات في الدولة ومدى مساهمتها في جلب العملات الحرة بظروف سريعة ومستمرة ومرنة

وتؤثر حركة السياحة على ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة المضيفة ، كما تؤثر الحركة السياحية على جانب المدفوعات عن طريق تحويلات المواطنين إلى الخارج بغرض السياحة . وذلك فضلاً عما يستورده قطاع السياحة من الخارج من سلع في شكل صناعات غذائية وأثاث ومفروشات [1] .

كما تهدف أغلب السياحة إلى الحصول على نصيب متزايد من الطلب السياحي والعالمي من أجل تحقيق فائض من العملات الأجنبية تستعين بها في تمويل احتياجاتها من النقد الأجنبي اللازم لسداد مدفوعاتها الخارجية[2] .

---

(١) رسمية محمود ـ اميل ميخانيز ـ اقتصاديات السياحة ـ مرجع سابق ص ٢٤

(٢) د . سلوى فهمي ـ التنمية السياحية ـ مرجع سابق ـ ص ١٦٧

وتسمى عملية نقل الأموال بواسطة السائحين من بلد إلى أخرى بالصادرات غير المنظورة ؛ وكلما زادرت موارد الدولة من السياحة والتى تؤول لها نصف هذه الموارد بعد معدل التسرب (الواردات) زادت قدرتها على التعاقد مع الخارج وساهمت فى سداد مديوناتها .

وتتمثل المديونات النقدية من النقد الأجنبى من قطاع السياحة على التدفقات الآتية :

١ـ الإنفاق على الخدمات السياحية بالإضافة إلى الإنفاق على شراء السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى .

٢ـ إيرادات الفنادق من السائحين .

٣ـ مساهمة الاستثمار الأجنبى المباشر فى المشروعات السياحية فى الدولة كإقامة الفنادق والقرى السياحية .

٤ـ فرق تحويل العملة .

٢ ـ أثر السياحة على العمالة :

تستوعب صناعة السياحة ، أعداداً كبيراً من العمالة لأن معظم خدماتها لا يمكن أن تؤدى إلا من خلال العنصر البشرى ، وصناعة الفنادق لا يمكن تأديتها بواسطة الآلات ، لذلك تعانى هذه الخدمات من نقص فى العمالة الماهرة .

وتختلف أثر السياحة على العمالة وفقاً للأهمية النسبية المعطاه للسياحة في الدخل القومي .

ومن الأهمية بمكان أن قطاع السياحة ، يسهم في تشغيل نسبة كبيرة من القوة العاملة . دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة بالمقارنة بالقطاعات الأخرى ، فإذا كانت تكلفة فرصة العمل في قطاع الصناعة يتطلب استثمارات تتراوح ما بين ٢٥٠٠ - ٣٠٠٠ جنيه فإن خلق فرصة عمل في قطاع السياحة لا يتطلب سوى ١٠٠٠ جنيه فقط ، هذا ومن ناحية أخرى ، ممكن لأجهزة التدريب في الدولة المساهمة بنصيب وافر في هجرة أعداد متزايدة من العاملين في الحقل السياحي إلى مختلف الأسواق السياحية الخارجية للعمل في مختلف مجالاتها وخصوصاً في مجال الفنادق .

كما أن صناعة السياحة تقضي على مشكلة بطالة الشباب المتعلم ، لقدرتها على استيعاب أعداداً كبيرة منهم في العمل بقطاع السياحة ، وخاصة في الفنادق والقرى السياحية [1] .

---

(١) انظر في هذا الموضوع كل من : رسميه محمود خلف الله . اميل ميخائيل اسكندر - مرجع سابق - ص ٢٨ - وأيضاً راويه عبد السميع محمد الحملاوى - الحركه السياحية وأثرها على التنمية - بحث المعهد القومي للتخطيط .

٣ ـ أثر الاقتصادي للسياحة على القيمة المضافة :

القيمة المضافة ، هى الفرق بين المنتج ، وبين مستلزمات الإنتاج التى استخدم فى هذا المنتج .

والمنتج السياحى يعادل الإيرادات الناتجة عن استخدام السائح لجميع الخدمات مثل الإقامة فى الفنادق والقرى السياحية وبيوت الشباب وإيرادات الشقق المفروشة ، كما تشمل الإيرادات المحققة من الإرشاد السياحى ومن وسائل النقل التى يستخدمها السائحون الأجانب .

أما مستلزمات الإنتاج للقطاع السياحى ، فهى تشمل جميع النفقات التى أنفقت على قطاع السياحة مثل النفقات التى أنفقت على الفنادق ـ والشقق المفروشة ـ والقرى السياحية حتى أصبحت خدمة تؤدى دورها بنجاح .

وبطبيعة الحال ـ فإن هناك علاقة طردية بين المنتج السياحى والإيرادات المحققة من المنتج السياحى ـ فكلما زاد الطلب السياحى كلما زادات إيرادات الناتج السياحى ـ وزاد المنتج السياحى والعكس صحيح

أما مستلزمات الإنتاج التى تخصم من الناتج السياحى لاستخراج القيمة المضافة . تتمثل فى التغيرات التى تحدث فيه وتتوقف على مستوى الكفاءة ومستوى الأسعار [١] .

فكلما زادت الكفاءة الاقتصادية فى النشاط الانتاجى السياحى ، كلما أمكن زيادة إنتاجية هذا النشاط . وذلك لأن نفقاتها ستنخفض على أثر هذه الكفاءة والعكس إذا كان مستوى الكفاءة منحدر فإن المنتج السياحى سيكون مرتفع التكاليف لأن الإنتاجية السياحية سترتفع تكاليفها .

كذلك فإنه كلما ارتفعت أسعار مستلزمات الإنتاج التى تدخل فى المنتج السياحى لاستخراج القيمة المضافة ، كلما أثر ذلك على مستوى القيمة المضافة تأثيراً سلبياً .

٤ ـ أثر السياحة على إعادة توزيع الدخول :

عندما تتجه الدولة إلى إحداث تنمية اقتصادية فى إحدى المناطق الموجودة فى الدولة . فإنها تتجه إلى المناطق الجديدة البعيدة عن منطقة العمران . كالساحل الشمالى . ومنطقة مارينا . ومنطقة شرم الشيخ . ومنطقة توشكا ... إلخ .

---

(١) د . جليله حسن . مرجع سابق ص ١٨٠ وما بعدها

وتلك المناطق وحيث أنها محرومة من العمران والتنمية الاقتصادية . فعندما تقوم الدولة بالاتجاه نحو تعميرها وتنميتها . فإن تلك المناطق يحدث فيها إعادة توزيع الدخول نظراً لارتفاع دخول المشروعات التى تنشأ فى تلك المناطق ، وزيادة فرص العمل فى تلك المناطق ، وبالتالى تزحف الهجرة الداخلية من الريف إلى الحضر . وتتكون فى تلك المنطقة مجتمع جديد على أثر عمرانه ، فإذا كانت المشروعات الاقتصادية الجديدة مملوكة للدولة ، أو القطاع الخاص ، أو حتى لدولة أجنبية فإن ذلك سيحقق تنمية ذلك الإقليم ، ويرتفع أجور العاملين فيها ، فيتم إعادة توزيع الدخول فيما بين العاملين وبين العاملين بالمدن والحضر ، فيتحقق التوازن الاقتصادى بين تلك المناطق .

٥ ـ أثر السياحة علي المستوى العام للأسعار :

كلما زاد الطلب السياحى على الأراضى المخصصة للمشروعات السياحية ، سيؤدى إلى ارتفاع أسعار تلك الأراضى ، وخصوصاً إذا تدخل عنصر المضاربة (وهو اتجاه بعض الأشخاص إلى شراء تلك الأراضى وحبسها عن البيع حتى يرتفع أسعارها) فإن ذلك سيؤدى إلى ارتفاع الأسعار أكثر .

ولا شك أن عملية ارتفاع الأسعار تنشأ من زيادة الطلب على أى سلعة أو خدمة . سواء كانت تلك الخدمة أو السلعة سياحية من عدمه ، لذلك يجب التخطيط بطريقة عملية وسليمة . حتى لا يحدث مثل تلك المضاربات . وحتى يحدث التوازن بين كل من العرض والطلب .

كما يؤدى عنصر الموسمية إلى ارتفاع أسعار الخدمات فى مناطق معينة ومحددة ، يزيد عليها الطلب السياحى لتمركزها فى منطقة جغرافية معينة تمتاز بمواصفات ليست موجودة فى غيرها . فالطلب السياحى على مارينا يختلف عن الطلب السياحى فى منطقة جمصه مثلاً . والطلب السياحى على شواطئ الإسكندرية يختلف عن الطلب على منطقة بلطيم . وهكذا .

وبذلك يكون ارتفاع الأسعار إما بسبب زيادة الطلب أو بسبب زيادة التكلفة للمنتج السياحى أو بسببهما معاً .

ولا ترتفع الأسعار على المنتج السياحى فقط . بل ينطبق أيضاً على جميع السلع التموينية وبعض الخدمات الأخرى التى يقبل عليها السائح فى مناطق معينة . قد لا تتوافر فيها تلك المواد التموينية . وبذلك ترتفع أسعارها لصعوبة الحصول عليها بسرعة .

مما يؤدى إلى تدخل بعض السماسرة للحصول على تلك السلع بأجر ، وبالتالى ترتفع أسعارها من حيث الأصل .

كما قد ترتفع أسعار المنتج السياحى ليس بسبب الطلب السياحى فقط ، بل ترتفع أسعار المنتج السياحى بسبب ارتفاع مستوى التكلفة لذلك المنتج ، كارتفاع مستوى الأسعار لمستلزمات الإنتاج الداخلة فى إنتاج خدمات السياحة ، كأجور العاملين فى قطاع السياحة وعدم استخدام الإنفاق بكفاءة ، مما يؤدى إلى ارتفاع النفقات التى أنفقت على المنتج ، مما يؤدى فى النهاية لارتفاع القيمة المضافة مما يؤدى إلى ارتفاع مستوى أسعار ذلك المنتج السياحى

والمنتج السياحى كما قلنا ، إما أن يكون فنادق أو شاليهات ، أو شقق مفروشة ، أو بيوت شباب ، أو قرى سياحية .

٦ ـ أثر السياحة على المضاعف :

يقصد بذلك أن الإنفاق السياحى يؤدى إلى زيادة دخول العاملين بقطاع السياحة ، وهؤلاء ينفقون دخولهم على تلبية طلباتهم الاستهلاكية ، وهذا الاستهلاك يؤدى إلى ارتفاع دخول آخرين ، مما يؤدى إلى زيادة الطلب على المشروعات الاستهلاكية والاستثمارية . فيؤدى إلى التوسع فى إنشاء تلك المشروعات وبالتالى فإن زيادة الإنفاق

بمعدل مليون دولار لا يحقق زيادة في المضاعف بنفس القدر ووفقا للدورة المضاعفة . يزداد هذا المبلغ إلى ستة أمثال أو خمسة أمثال هذا الإنفاق الأولى .

وبالتالى عندما يزيد المضاعف . يؤدى إلى زيادة فى الدخل الحكومى بقيمة هذا المضاعف . وعندما يزيد الدخل القومى ، فإن ذلك يؤدى إلى زيادة فى معدل التراكم الرأسمالى (النصيب النسبى للتراكم من الدخل القومى والذى ينقسم إلى رأس المال الإنتاجى . ورأس المال العامل) . وبحدوث موجات أخرى من المضاعف فإن التراكم الرأسمالى ، يزيد بمعدل أكبر من زيادة الدخل القومى ، لأن التراكم يزيد بمعدل أكبر من زيادة الدخل القومى[1] .

٧ ـ أثر السياحة على سوق بعض السلع .

تتأثر أسعار بعض السلع النادرة بالطلب السياحى . فقد يتجه وفى معظم الأحوال السائحين إلى شراء بعض السلع المقصودة . والنادرة والتى لاتتواجد فى أى مكان إلا فى ذلك المكان المزار . فيقبل السائح على شرائها والانتقال بها إلى موطنه مثل الحرير والنايلون

---

(١) انظر رسالة الدكتوراه ـ للدكتور / أحمد علام ـ مرجع سابق ـ الباب الثانى .

في إيطاليا ، والأزياء والبارفانات من فرنسا ، والآلات المنزلية من ألمانيا ، ومنتجات خان الخليلى من مصر .

ولا شك أن إقبال السائح على شراء تلك السلع يؤدى إلى زيادة الطلب عليها ، وبالتالى ارتفاع أسعارها في موسم السياحة وتزداد السوق بتلك السلع . بل يشجع منتجين آخرين إلى الدخول في سوق المنافسة ، لزيادة الطلب بصورة كبيرة ، لعدم مرونة الطلب على مثل هذه السلع ، فيقبل السائح على شرائها مهما ارتفع أسعارها .

٨ ـ أثر علاقة قطاع السياحة بالقطاعات الأخرى :

قد يؤدى التوسع في إنشاء المشروعات السياحية أو تطوير المشروعات الحالية إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الخدمية الأخرى بالدولة ، أو على مستوى قطاع السياحة في حد ذاته ، وقد أوضحت بعض الدراسات مدى ارتباط قطاع السياحة بمختلف قطاعات الاقتصاد القومى ، من خلال مدخلاته من هذه القطاعات حيث يساهم القطاع الزراعى وقطاع الصناعات الغذائية بحوالى ٤٤,٥ ٪ من احتياجات قطاع السياحة (مأكولات ومشروبات موزعة كالتالى ١٤,٥ ٪، ٣٠ ٪ على الترتيب) .

تمثل الاحتياجات السياحية من القطاع الصناعي حوالى ٢١ ٪ رغم أن إنتاج القطاع الصناعي يمكن أن يساهم بنسبة أكبر من مستلزمات القطاع السياحي ، إلا أن ضعف هذه النسبة يرجع إلى لجوء القطاع السياحي إلى استيراد معظم مستلزماته من الخارج لما يتمتع به من اعفاءات جمركية على مستلزماته المستورده . ولا شك أن القطاع الصناعي وتطوير منتجاته وتخفيض الأسعار يحفز على الحد من الواردات السياحية . وبالتالى فإن التوسع فى إنشاء المشروعات السياحية قد يتبعه توسع أو ظهور مشروعات توفر أنشطة اقتصادية وضريبية أخرى لمقابلة الزيادة فى الحركة السياحية فزيادة عدد الفنادق بافتراض زيادة السائحين ، من الممكن أن يؤدى إلى زيادة الطلب على المواد الغذائية وزيادة الطلب على المفروشات من سجاد وأثاث وكذا الأدوات الصحية والأجهزة الكهربية .

وعلى الرغم من التأثير الإيجابى لنمو السياحة على القطاعات المختلفة فأثر فى ظل ضعف مرونة العرض فى القطاع الزراعى وانخفاض مستوى الجودة فى القطاع الصناعى . فإن نمو السياحة يؤدى إلى تزايد حدة الاختناقات القائمة . وإلى ارتفاع أسعار السلع الغذائية للمستهلك المصرى ومن شأن ذلك فى النهاية اللجوء إلى مزيد

من الواردات السلعية الغذائية والصناعية للوفاء باحتياجات السكان والقطاع السياحى معاً .

ومما سبق يتضح أن تحقيق هذا التكامل يتوقف على قدرة القطاعات الاقتصادية والخدمية فى الدولة على تلبية الاحتياجات المختلفة للقطاع السياحى بالكمية والجودة وفى التوقيت المناسب وكذا على سياسة الدولة فى الاستيراد ومدى سماحها باستيراد المستلزمات السياحية من الخارج .

ولا يمكن تجاهل الآثار الإيجابية لتحقيق هذا التكامل ، من حيث تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتنويع استخداماتها فى مشروعات جديدة واستغلالاً للموارد الطبيعية بالدولة وخلق استخدامات جديدة ، وفرص عمل جديدة .

التنمية السياحية فى ظل نظرية الاقتصاد الكلى :

ليس هناك شك أن النشاط السياحى أحد المرافق العامة للدولة والذى يتطلب وضع أسس وقواعد عامة لتطوير منشآته لتعطى الخدمة على أعلى مستوى يليق بالمستوى الثقافى والحضارى للدولة .

لذا يجب وضع خطة طموحة من أجل :

١ـ الاهتمام بتطوير مشروعات البنية الأساسية . من تسوية الأرض (غير المستوية) وتوصيل جميع لوازمها من كهرباء ومياه . وخاصة على شواطئ البحر الأحمر ، والساحل الشمالى الغربى . ومنطقة جنوب سيناء وتأمين طرق المواصلات إليها .

وحتى فى الحالات التى لا يكون لدى الدولة المتطلبات الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية . يجب الاتجاه نحو الالتجاء إلى الاستثمار الأجنبى المباشر بالاستعانة بالشركات المتعددة الجنسيات للحصول على الاستثمارات التى تحقق تطور وتنمية قطاع السياحة من خلال شروط تحمى سيادة الدولة ، مثل حصول الدولة على ٥١ ٪ من ملكية تلك المشروعات .

٢ـ تشجيع الدولة للقطاع الخاص من خلال إعطاء المشروعات الخاصة السياحية لعنصر الأرض تشجيعاً لها ، على أن يسدد ثمنها على أقساط آجلة . بشرط إنهاء المشروع خلال مدة لاتزيد عن ثلاثة سنوات . فإذا لم يتم تنفيذ المشروع تسحب الأرض . أما إذا تم تنفيذ المشروع . فتتجه الدولة نحو تشجيع المشروع باعفائه من الضرائب لمدة خمس سنوات . وفرض الرقابة الولائية الغير ضارة على تلك المشروعات . بحيث تكون رقابة موجهة . وليس رقابة عدائية .

ولا شك أن تطور بعض المناطق السياحية التى تحتاج إلى توجيه لا تنحصر ولكن يمكن وضع أعيننا على بعض المناطق الهامة مثل الساحل الشمالى ، وجنوب سيناء ، بإنشاء الفنادق ، والقرى السياحية ، ومشروعات التنمية الأساسية التى تعطى للمنطقة حياة وحيوية .

٣ـ ضرورة دمج بيع السلع الخاصة والتى لايكون الطلب عليها متزايد إلا فى موسم السياحة ، مع وسائل ومناطق الجذب السياحى ، على أن يكون البيع بالعملة الصعبة (أى منطقة سياحية بالنقد الأجنبى) أو اشتراط تحويل العملة فى البلد المضيف ، بشرط عدم تحويلها إلا من خلال قنوات مصرفية معتمدة ، للحصول على جزء كبير من العملات الأجنبية .

تم بحمد الله

الخاتمة

لا شك أننا ومن خلال سرد أبواب هذا الكتاب . حاولنا بقدر الإمكان وضع انطباع عام عند الطالب المتخصص فى السياحة والفنادق . عن صناعة السياحة بصفة عامة . وكيفية التخطيط لهذه الصناعة الهامة ، نظراً لأهميتها فى حركة التنمية الاقتصادية .

فقد اتجهنا فى الباب الأول إلى تعريف السياحة . واتخذنا أكثر من تعريف لأكثر من عالم اقتصادى فى مجال السياحة . وانتهينا إلى رأينابان السياحة هى : نشاط إنسانى وسيكولوجى . يتضمن عنصر التفضيل لما يجول بالنفس البشرية ، بين التنقل والأسفار . خلال فترة زمنية تتطلب الترويح عن النفس داخل الإقليم أو خارجه . مع حمايته خلال تلك الفترة القصيرة .

ثم تطرقنا بالشرح لأنواع السياحة . وحددناها بالسياحة الداخلية . والسياحة الخارجية . وسياحة الاستجمام . والسياحة الدينية . وسياحة رجال الأعمال . والسياحة الرياضية . ثم السياحة العلاجية التى تتميز بها مصر فى مناطق عين الصيرة وعين

بلبيس الشرقية لاحتوائها على أملاح الكبريت التى تعالج أمراض الروماتيد والعظام .

ثم تطرقنا إلى معوقات السياحة فى الدول النامية والتى انحصرت فى معوقات تخطيطية والتى تتمثل فى أن التخطيط للمناطق السياحية غير منطقى ، حيث يوجد تسويق سياحى لمناطق معينة . والبعد عن التخطيط والتسويق لمناطق هامة لو استغلت كموارد سياحية ، أى عدم وجود تنسيق بين الجهات المعنية بالتخطيط السياحى . كذا يوجد معوقات تشريعية تتمثل فى سيطرة العديد من الوزارات المعنية السياحية فى إصدار التشريعات الخاصة بالمشروعات السياحية . وتعدد الرسوم والضرائب من خلال جهات مختلفة .

وأخيراً يوجد معوقات تنظيمية مالية تتمثل فى عدم وجود حصر كامل للإمكانيات وعناصر الجذب السياحى ، وعدم وجود الخبرة الكاملة فى تنشيط السياحة ، وهناك عقبات خارجية والتى تنحصر فى ضعف التسويق السياحى ، وضعف الاجراءات والتمويل المالى اللازم لتنمية المكاتب الخارجية المسئولة عن التسويق السياحى فى الخارج .

ثم تطرقنا بعد ذلك من خلال الفصل الثالث لهذا الباب عن كيفية التنظيم السياحى ، وانتهينا إلى أن التنظيم السياحى الفعال . والذى يجب أن يتضمن عدة اعتبارات ، أولها الاستقرار السياسى والاقتصادى وإعداد جهاز سياحى على مستوى عال لهذا التنظيم .

وإذا رجعنا إلى الباب الثانى . نجده اختص بالتخطيط السياحى . وقمنا بتعريف مفهوم التخطيط الاقتصادى وأنواعه ، واتجهنا نحو الدراسة التسويقية من خلال دراسة الطلب السياحى . والعرض السياحى .

وقلنا أن الطلب السياحى هو العدد الكلى للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون فى السفر لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية فى أماكن بعيدة عن مجال إقامتهم المعتادة .

أما الباب الثالث فقد تكلمنا فيه عن الهيمنة الاقتصادية لقطاع السياحة من خلال شرح الخصائص الاقتصادية لقطاع السياحة وأثر السياحة على كل من ميزان المدفوعات . والقيمة المضافة ، أو العمالة والاستثمار . ومضاعف السياحة . ثم تكلمنا فى نهاية الباب عن دور السياحة فى تحقيق حركة التنمية الاقتصادية . من خلال الاعتماد على المنتج السياحى فى تعويض حركة المواد الأولية

الضعيفة فى تمويل حركة التنمية نظراً لسيطرة الدول المتقدمة على أسعار تلك المواد الأولية . وعدم استقرار النقد الأجنبى اللازم لتمويل حركة التنمية ، لذا فقد نوهنا للاعتماد على حركة السياحة فى تمويل حركة التنمية فى تلك الدول .

المؤلف

د / أحمد علام

المراجع باللغة العربية

أولا : الكتب العلمية

١. د./ احمد جامع ـ النظرية الإقتصادية الكلية ـ التحليل الإقتصادى الكلى ـ دار النهضة العربية ـ القاهرة ١٩٨٧ ص ٣٠٣ .

٢ د. السيد عبد المولي ـ الملامح الأساسية لخطة التنمية الاقتصادية الخامسة ٢٠٠٢ / ٢٠٠٧ ـ مصر المعاصرة ـ العدد ٤٦٧ / ٤٦٨ ـ الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والتشريع والإحصاء ٢٠٠٢ ـ ص ١٧٢

٣. د . السيد عطيه عبد الواحد ـ السياسة المالية في تحقيق التنمية ـ القاهرة ١٩٩٣ ص ٢٥٦ . ٢٥٧

٤. د . / العشرى حسين درويش ـ التنمية والتخطيط الاقتصادى ـ جامعة طنطا ١٩٩٣ .

٥. د . أمين عبد الفتاح سلام . السياسة الضريبية للدول المتخلفة . رسالة دكتوراه . كلية الحقوق . جامعة القاهرة ١٩٧٠ ص ١١٨ . ١١٩ .

٦. د . أنور اسماعيل الهوارى . القروض الخارجية والتنمية الاقتصادية مع دراسة تطبيقية على جمهورية مصر العربية ـ رسالة دكتوراه ـ كلية الحقوق جامعة القاهرة ص ٥٨ .

٧. د / جليلة حسن حسنيين ـ اقتصاديات السياحة ـ الدار الجامعية الإسكندرية ـ ٢٠٠٠ .

٨. د. / حازم الببلاوي ـ أصول الاقتصاد السياسي ـ الإسكندرية ١٩٩٧ ص ٧٨ .

٩. د . د. حمدى أحمد العنانى ـ مقدمه في الاقتصاد الكلي الدار المصرية اللبنانية ـ القاهرة ١٩٩٥

١٠. د. حمدي عبد العظيم ـ اقتصاديات السياحة ـ مكتبة زهراء الشرق ١٩٩٦

١١. سمير محمد عبد العزيز . التمويل العام . المدخل الادخارى والضريبى . المدخل الاسلامى ـ مكتبة الإشعاع ـ الاسكندرية ص ١٨٥ ـ ١٨٧

١٢. د . صلاح عبد الوهاب ـ التنمية السياحية ـ القاهرة ١٩٩١ .

١٣. د. صلاح عبد الوهاب ـ التخطيط السياحى ـ الدار القومية للطباعة والنشر ـ القاهرة

١٤. د. صلاح عبد الوهاب ـ المعوقات التى تعترض نمو الحركة السياحية ـ وزارة السياحة ـ القاهرة ـ ١٩٨٢.

١٥. د./ عبد الفتاح قنديل. د. سلوى سليمان ـ الدخل القومي دار النهضة القومية ـ القاهرة ١٩٩١

١٦ د / عبد الكريم صادق بركات - المالية العامه - الإسكندرية

١٧ د عبد المنعم فوزى - المالية العامة والسياسية المالية - م المعارف الإسكندرية - بدون تاريخ

١٨ د عمرو محى الدين - التخلف والتنمية - دار النهضة العربية - ١٩٧٧ ص ٢١١ وما بعدها .

١٩ د. / مجدى محمود شهاب - الإقتصاد المالى - نظرية مالية الدولة ت دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية ١٩٩٧

٢٠. د. / محمد دويدار - دراسات فى الإقتصاد المالى م . المعارف الإسكندرية

٢١. د. محمد ذكى شافعى - التنمية الاقتصادية - دار النهضة العربية ١٩٦٨

٢٢. د . محمود كامل - السياحة الحديثة - علماً وتطبيقاً . الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة ١٩٧٥

٢٣. مروان أبو رحمة وآخرون - تسويق الخدمات السياحية - دار البركة للنشر والتوزيع - عمان ٢٠٠١

٢٤. د . مصطفى السعيد - مبادئ علم الاقتصاد - ١٩٨٥

٢٥. د. مصطفى الشعراوى - اقتصاديات التنمية والتخطيط الاقتصادى - جامعة طنطا ١٩٩٣ ص ٥٨ وما بعدها

٢٦. د. نبيل شحاته الروبي - اقتصاديات السياحة - مؤسسة الثقافة الجامعية - الإسكندرية ١٩٧٥

٢٧. هانسون (أ . هـ) - المشروع العام .

٢٨. د. وجيه شندى - خسائر المنشآت السياحية - الأهرام الاقتصادى العدد ١٢٩٣ - ١٩٩٣

ثانيا : المجلات الاقتصادية والمنشورات :

١. مجلة الأهرام الاقتصادى العدد ١٣٦٦ مارس ١٩٨٥

٢. مجلة البحوث - وزارة السياحة - عدد خاص ١٩٨٦

٣. مجلة البحوث السياحية . العدد ٨ ديسمبر ١٩٩١ .

٤. مجلة الأهرام الاقتصادى العدد ١٢٩٣ أكتوبر ١٩٩٣

٥. مجلة الأهرام الاقتصادى العدد ١٣٢٦ يونيو ١٩٩٤

٦ مجلة الأهرام الاقتصادى العدد ١٣٤١ سبتمبر ١٩٩٤

٧. مجلة الأهرام الاقتصادى العدد ١٣٥٤ ديسمبر ١٩٩٤

٨. د. / السيد عبد المولى ـ الملامح الاساسية لخطة التنمية الاقتصادية الخامسة ٢٠٠٢ / ٢٠٠٧ ـ مجلة مصر المعاصرة ـ العدد ٤٦٧ ـ ٤٦٨ ـ سنة ٢٠٠٢

ثالثا : المؤتمرات العلمية :

١. المؤتمر العلمي الثاني ـ نحو أساس موضوعي لتحديد دور السياحة في تنمية الإقتصاد القومي ـ القاهرة ١٩٧٧ .

٢. مؤتمر جماعة خريجي المعهد القومي للإدارة العليا . الإدارة المصرية في القطاعات السياحية ـ القاهرة ١٩٨٢

٣. مؤتمر تنظيم إدارة السياحة ـ التنمية السياحية في مصر . مشكاكلها ومستقبلها ـ ١٩٨٣ .

٤. المؤتمر العلمي الثانوي الخامس (مؤتمر السياحة في مصر) اقتصادياتها ـ ادارتها ـ جامعة المنصورة ـ كلية التجارة ٢٢ ـ ٢٣ مارس ١٩٨٨ .

٥. المؤتمر العلمي الثامن عشر الدولي (تطوير مناخ الاستثمار في الدول العربية في ظل التحديات المعاصره) ـ قاعة المؤتمرات ـ جامعة الدول العربية ـ القاهرة ١٦ ابريل ٢٠٠٣ ـ كلية التجارة جامعة المنصورة ١٨ ابريل ٢٠٠٣ .

٦. المؤتمر العلمي السنوى الأول العشرون ـ صناعة الخدمات في الوطن العربي ـ رؤية مستقبلية ـ قاعة المؤتمرات ـ جامعة الدول العربية ـ القاهرة في ٢٠ ـ ٢٢ ابريل ٢٠٠٤ .

رابعا : الرسائل العلمية :

١. د. / أحمد عبد السميع على علام ـ ضرائب الدخل والتراكم الرأسمالي ـ دراسة مقارنة ـ بحث مقدم لنيل الدكتوراه في الاقتصاد ـ كلية الحقوق ـ جامعة طنطا ابريل ٢٠٠٣ .

٢. د. / أمين عبد الفتاح سلام ـ السياسة الضريبية للدول المتخلفة ـ رسالة دكتوراه في المالية العامة ـ كلية الحقوق ـ جامعة القاهرة ١٩٧٠ .

٣ د. / أنور اسماعيل الهوارى ـ القروض الخارجية والتنمية الاقتصادية مع دراسة تطبيقية عن مصر ـ رسالة دكتوراه في الاقتصاد ـ كلية الحقوق جامعة القاهرة ١٩٦٨ .

خامسا : التوصيات والتقارير الاقتصادية :

١. تقرير وزارة السياحة ـ الهيئة العامة للتنمية السياحية ـ التنمية السياحية لمنطقة شمال بحيرة قارون ١٩٧٧ .

٢ توصيات المجالس القومية المتخصصة ـ دراسات وتوصيات ١٩٨٣ .

سادسا : مذكرات معهد التخطيط القومي :

١ د. / وفاء أحمد عبد الله ـ تخطيط الخدمات السياحية ـ معهد التخطيط القومي ـ مذكرة داخلية رقم ٦٦٨ ـ القاهرة ١٩٧٩ .

٢ رسميه محمود خلف الله ، اميل ميخائيل اسكندر ـ وأيضاً راويه عبد السميع محمد الحملاوى ـ الحركة السياحية وأثرها على التنمية ـ بحث المعهد القومي للتخطيط .

References

1. *Alister Mathieson and Geoffrey wall, Tourism, Longman 1982 .*
2. *Burkart and Mardlik Heinnern. The management of tourism edited 1980.*
3. *Bald win : Economic planning 1962 .*
4. *E. K. Hawking " The principles of development Aid " penguim modern economic 1970 .*
5. *Eric lowis : Tourism Marketing and quality management perspectives 1991 .*
6. *Mathieson and wall " Tourism economic physical and social impacts" , London 1981 .*
7. *Paster, M. private investment and democracy in developing world journal of economic issues 1993 .*
8. *Pearce, Tourism development Longman scientific technical, 1989 .*
9. *S. F. win, Brooke, pj, Buckly. The management of international tourism. London 1991.*
10. *Tourism for the travel agent, edited by nonas . without date.*
11. *United nation : effect of taxation on foreign trade and investment new York. without date.*
12. *United nation. Review of trade and development, New York. 1973 .*
13. *V. Hicks. Economic growth and development, oxford 1960 .*

الفهـرس

الموضـوع	الصفحة


علم الاقتصاد السياحي
دكتور
أحمد عبد السميع علام